

УДК 007 : 070.1 : 321.01

СПЕЦІАЛІЗОВАНІ ПОЛЯ ЖУРНАЛІСТИКИ У КОНТЕКСТІ ПОЛІТИКО-ФІЛОСОФСЬКИХ КОНЦЕПТІВ

МІТЧУК Ольга,

д-р. наук із соц. комунік., проф. кафедри,

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, вул. Степана Дем'янчука, 4, м. Рівне, 33027, Україна, e-mail: o.mitchuk@gmail.com.

Стаття має на меті вивчення існуючих визначень інститутів обох соціальних феноменів у філософській науці. Пропонується аналіз порівняння та взаємопроникнення цих інститутів як філософська концепція. Аналізується поняття журналістського поля з огляду на структурованість контенту у зв'язку із аспектами понять інституціоналізації влади та права. Порівнюються властивості декількох спеціалізованих підполей журналістики у контексті виробництва мас-медіа різноманітної інформації та форм конкуренції та співпраці між універсальними та спеціалізованими журналістами. Порівнюються різні підвиди журналістики та відповідні соціальні простори, ступінь взаємозв'язку між професіональним та комерційним вимірами поля журналістики.

Ключові слова: влада, журналіст, інституціоналізація, категорія, контент, мас-медіа, право, професіоналізм, соціальний ефект, спеціалізація, універсальність

SPECIALIZED FIELDS OF JOURNALISM IN THE CONTEXT OF POLITICAL AND PHILOSOPHICAL CONCEPTS

The article aims at examining the existing definitions of institutions of both social phenomena in philosophical science. The analysis of the institute comparison and interpenetration as a philosophical concept is suggested. The notion of a journalistic field is analyzed in view of content structuredness in connection with aspects of the notions of institutionalization of power and law. Peculiarities of several specialized subfields of journalism are analyzed in the context of mass-media production of different information and forms of competition, and cooperation between universal and specialized journalists. Different subtypes of journalism and respective social areas, the degree of interaction between professional and commercial dimensions of the journalistic field are analyzed.

Key words: power, journalist, institutionalization, category, content, mass-media, law, professionalism, social effect, specialization, universality

Вступ. Якщо дослідники соціології та економіки мають звичку аналізувати певні соціально-професійні категорії крізь вивчення ринку праці, зайнятості, типології робіт, присвячених журналістиці, то дослідники самої журналістики майже ніколи не користуються такими аналітичними інструментами або приділяють їм мінімальну увагу. Проте аналіз структури ринку праці журналіста та, зокрема, способів відтворення фактажу чи аналітичного контенту вважаємо дуже корисним для аналізу тих перетворень, які характеризують стан сучасної журналістики.

Трансформації журналістики в посткомуністичних країнах з Україною включно призвели до перетворення загальної економічної картини журналістики як сектора суспільної діяльності. Журналістська практика і персона журналіста являють собою велику частинку ринку журналістської роботи у своєму різноманітті; при цьому факт залишається фактом – цей ринок має деякі межі. З цього приводу постає питання лише з точки зору формулювання: якими є стосунки роботодавцями зі співробітниками, якими виступають самі журналісти. Без означення та конкретизації поняття медіаполя складно визначити роль і місце

журналістики як соціальної практики та журналіста у сучасних суспільних процесах.

Метою цієї статті є доведення тези про те, що мета функціонування спеціалізованої та універсальної журналістики часто обертається в одному філософському полі, в межах виконання журналістами політичних і (чи) комерційних інтересів – попри поділ певного контенту на спеціалізований чи універсальний. Об'єктом дослідження виступають політико-філософські концепти. Предметом наукового пошуку є спеціалізовані та універсальні поля журналістики як чинники цілісного поля, створеного з окремих частин і елементів з метою цілеспрямованої комунікаційної діяльності

Методи дослідження. В основу наукового дослідження покладено аналіз теоретичних опрацювань цієї проблеми, здійснених представниками комунікативістики, соціології, філософії та філології, а також наукові гіпотези авторки цього дослідження. Методологічну основу статті становить поєднання загальнонаукових методів і спеціальних методик та підходів до вивчення закономірностей та особливостей проходження інформаційних процесів та явищ. Так, опрацювання джерельної бази ґрунтувалося на застосуванні аналітико-синтетичного, логічного методів, що допомогло сформулювати систему вихідних теоретичних положень, принципи відбору, аналізу та узагальнення матеріалу дослідження.

Використовуючи методологію типологічної та видової сегрегації як методу визначення специфіки сегментації певних реалій, сформульовано типоутворювальні і вищоутворювальні ознаки та запропоновано на їх основі класифікаційні схеми таких явищ інформаційної діяльності діяльності.

Результати й обговорення. Громадські науки, з одного боку – це зафіксовані вченими або дослідниками певні етапи розвитку суспільства, а з іншого боку – замасковані в павутині наукових текстів відповіді на питання про те, що трапилося з суспільством.

Філософія, політологія, практична соціологія, без приблизних результатів якої сьогодні не обійтися, спостерігають поведінку не тільки різних соціальних груп, а й себе самої. Маємо на увазі феномен «наглядове спостереження» або – «спостереження за спостерігачем».

Теорія Бруно Латура щодо дослідних наук і технологій – «STS» – базується на: по-перше, відмові від жорсткого поділу на конкретну соціальну структуру; по-друге, відмові від спеціалізації знань і ігноруванні диференціації точних наук з науками гуманітарними.

Таким чином, філософія, політологія, практична соціологія не можуть конкретизувати жодного полюса суспільного життя. Теоретична основа філософії, політології, соціології ігнорує дуже важливий елемент еволюції досліджень в соціальних галузях науки, в межах яких учасник будь-якого суспільного процесу стає опонентом. Мається на увазі науково-методологічний «колабораціонізм», в межах якого науковець-теоретик часто повинен йти на вимушений компроміс з певною практикою, до якої може відчувати наукову (не кажучи вже про політику і методологію проведення) огиду.

Отже, есе Бруно Латура «Коли речі дають відсіч: можливий внесок досліджень науки» в громадські науки» [13]. фактично подає коротку гносеологічну схему спостереження суспільних явищ. Принципово мова йде про те, що у вчених є бажання встановити певні межі «гуманітарного» напряму, які можуть проявити себе в конкретних дослідницьких результатах завдяки методам, апробованим в попередній науковій практиці. Бруно Латур стверджує, що учасники громадських процесів:

по-перше, в цілому позитивно реагують на скандальність інтересів суспільства і орієнтацію на якусь нетрадиційність з точки зору класичної науки;

по-друге, не враховують специфіку обставин, характерних для будь-якого поточного розвитку суспільства.

Подібні обставини Латур вважав свого роду альтернативними сценаріями модернізації, нових суспільних цілей і норм, поновлення авторитетності громадського знання. Свій аналіз учасників суспільних процесів Латур розгорнув в межах двох теоретичних концепцій:

по-перше, він вважав учасників суспільних процесів акторами мережевої теорії (теорія ANT: Actor Network Theory);

по-друге, вважав, що будь-які суспільні процеси відбуваються виключно в режимі співіснування суспільства і особистості (теорія AIME: An Inquiry Into Modes of Existence).

Надійність контексту ефективно усуває всі можливі питання щодо взаємозв'язку між процесом оприлюднення реалій зовнішнього світу (до речі, це стосується і практичної соціології). Бруно Латур відзначає, що «ніякої учасник суспільних процесів не може вважатися слабким, оскільки той, хто розуміє контекст, той рухається вперед» [13, с. 112].

Бруно Латур виключає контекст і не зважає на нормування громадської самобутності, але має при цьому має мізерний вибір функціонального журналістського поля: деякі зображення світу можуть бути точними або приблизними, деякі конкретні реалії чіткими або розмитими, деякі відповідають дійсності чи ні. Але зацікавлений учасник будь-якого суспільного процесу ніколи не зможе асимілюватися, «розчинити себе в точних наукових ідеях». Індивідуальне наукове «ні» може стати формою відмови від участі в розробці будь-якої суспільної проблематики.

У контексті вищенаведених міркувань поняття «журналістського поля» дозволяє з'ясувати, що являє собою сутність журналістського професійно-виробничого простору та його різноманіття. Щоб зрозуміти позицію окремого медіа чи окремого журналіста, необхідно визначити та конкретизувати позицію, яку цей медіа чи цей журналіст займає у суспільстві в цілому – тобто, йдеться про виокремлення в структурах та кластерах соціуму усіх понять і бачень, які характерні для медіа чи журналіста, пов'язані один з одним та функціонують певним чином як мікрокосми.

Для наукового пошуку європейця соціальні інститути стали ключовим змістом політики євроінтеграції. Доволі неоднозначні за своїми результатами вибори у владні органи та структури країн Європейського Союзу, які мали місце протягом 2013 – 2017 років, входять у певну суперечність із надіями європейської громадськості на демократичний та ліберальний розвиток суспільств, адже активні учасники соціальних процесів в межах Європейського Союзу намагаються постійно домінувати над певними елементами національних суб'єктів та перспектив їхнього впливу.

На питання можна відповісти лише з уважним поглядом на професійний розвиток журналістів Європейського Союзу, тобто, на зміни у роботі та умовах роботи тих, хто виступає як громадська еліта та лідери думок в потоці комунікацій в межах ЄС. Професійні умови журналістської роботи (попри належність до так званих універсальних чи спеціалізованих видань) – це високий ступінь і якісне спрямування контенту, що відповідає виробничим умовам європейської журналістики. Філософські аспекти інституціоналізації влади та права враховують не тільки журналістський продукт або діяльність окремих журналістів, але й являють собою певне професійне поле, яке має власну інституційну специфіку.

Американські дослідники Родні Бенсон та Ерік Невью проаналізували розуміння батьком терміну «журналістське поле» П'єром Бурдьє ключових контекстів цього поняття [16]. Ми ж вважатимемо, що під журналістським полем варто розуміти систему організації контентів, які передаються через *конкретні медіа конкретними* журналістами (тавтологія навмисна).

Насамперед, нам необхідно спочатку показати, як журналістське поле структуроване навколо опозиції між «загальним» і «спеціалізованим» контентним полюсом, як ступінь журналістської спеціалізації змінюється залежно від конкретизації

місця засобу масової інформації та журналіста на ринку мас-медіа. У зв'язку з цим маємо зазначити, що останні перетворення у світі медійного рекрутингу та їхні наслідки для боротьби за визначення журналістської досконалості свідчать про збільшення ваги спеціалізованого полюса журналістської творчості.

Журналістська сфера дедалі все більш й більш неоднорідна із суспільним та соціальним розвитком, особливо ця неоднорідність відчувається у зв'язку із безпрецедентним розвитком спеціалізованої інформації, яка, очевидно, не підтримує однакових а то й навіть якихось наближених відносин з різними соціальними інститутами чи просторами, про які вона й повідомляє. Саме тому вираз спеціалізованого журналіста не має жодного сенсу, якщо він використовується занадто широко.

Необхідно виокремити типи носіїв (наприклад, новинні канали, суспільно-політичні журнали, розважальні газети, окремі портали тощо), редакційний (колективні) та журналістські (індивідуальні) спеціалізації з огляду на їхній тематичний вміст щодо автономного контентного субполюса журналістики. Це необхідно для того, щоби вияснити та конкретизувати позиції медіа чи журналіста в окресленому журналістському полі. Строкатість тематичної спеціалізації прикладної журналістики призводить до можливості порівняльних контентів у медіа – але тут йдеться не стільки про реалізацію методу контент-аналізу, скільки про структурований, кластерний розгляд повідомлень з того чи іншого конкретного приводу.

У зв'язку з підсумками роботи відомої Комісії Хатчинса (The Commission on Freedom of the Press. 1947) професор Іллінойського університету в США писав, що між соціальними інститутами та журналістикою вималювалась чітка лінія взаємозв'язку: «провокуючи подальші кроки свободи, лінія лібералізму навіть приватних міркувань має використовувалося для виправдання великих журналістських підприємств» [15, с. 34].

Американський дослідник Тімоті Кок стверджує, що засоби масової інформації досягли високого ступеня незалежності щодо офіційних інститутів (уряди, парламенти, місцеві органи самоврядування тощо), і саме у цьому він бачить елементи лібералізації засобів масової інформації щодо їхньої структурованої нової політичної ролі у суспільстві [10, с. 85]. Засоби масової інформації самі перетворюються на своєрідний інститут, адже журналісти виконують важливу інституціональну функцію: їхня діяльність сприяє розумінню аудиторією суспільних процесів.

Утім, на думку Тімоті Кока, існує і інституціональний парадокс, який полягає в тому, що у засобах масової інформації політичний вплив є результатом їх поділу під структуру соціальних інститутів: «політична роль журналістів полягає в тому, що їхній політичний вплив може виникнути, попри їхні принципи прихильності до норм об'єктивності, поваги до фактажу і авторитетів» [10, с. 86-87].

Професор політичних студій Університету Вашингтона (США) Ланс Беннет наполягає на тому, що у контексті необхідності коректно і в межах правових вимог висвітлювати будь-які події, норми виробництва новин, як правило, допомагають інститутам та інституціям підтримувати їх ідеологічну гегемонію, динаміку зміщення процесу створення новин у контексті нещасних випадків чи скандалів [7]. До соціальних інститутів відносимо і громадянське суспільство, оскільки громадянське суспільство являє собою конгломерат із різноманітних сфер життя, Американські дослідники Трой Томас, Стефан Кісер та Вільям Касебір приділяють особливу увагу добровільній основі функціонування громадянського суспільства, що пов'язано насамперед із фактором свободи, яку ці автори визначають як «набір інститутів і асоціацій, досить сильних, щоб запобігти тиранії, але це стосується лише тих, які вільно народжені і не бояться жодних жахливих тортур протягом життя» [18, с. 225].

Нам вже передавати думку українського професора Володимира Різуна про те, що «Соціальні комунікації – це сфера комунікування, поставлена на комерційній рейки продукування контенту, сфера професійної публічності; соціальні інститути

впроваджують соціальні комунікації через технології (за професором В. Різуном). Функціонування соціальних комунікацій – це комплекс носіїв цільового впливу на суспільний порядок (а окремі типи і види соціальних комунікацій та аудиторія є дуже важливими носіями такого впливу) із застосуванням різноманітних прийомів, які притаманні інформаційній практиці» [4, с. 1].

Вартує спробувати порівняти властивості декількох пулів медіафахівця з шести основних, ключових подібних пулів:

по-перше, місце журналіста у журналістському полі,

по-друге, внутрішня структура медіа, у якому (яких) чи на яке (які) працює журналіст,

по-третє, ступінь та форми журналістської конкуренції та співпраці,

по-четверте, поширення спеціалізованих журналістів на журналістському ринку праці,

по-п'яте, властивості журналістів у професійній соціалізації,

по-шосте, аналіз спеціалізованої (кластерної) журналістики у контексті функціонування внутрішньої логіки журналістського поля та його взаємин з різними соціальними просторами, які він опосередковує.

Подібна порівняльна, навіть деякою мірою аналітична робота між різними контекстами журналістики і відповідними соціальними просторами ґрунтується на основі вивчення чотирьох основних характеристик співвідношення журналістської та соціальної практики:

ступінь взаємозв'язку між життям суспільства та економікою,

ступінь політичного контролю над діяльністю медіа,

ступінь створення та ієрархізації соціальних проблем,

домінанта соціальних властивостей журналістів.

Щоби краще зрозуміти ці явища, цей суспільний вимір, треба скористатись порадою П'єра Бурдьє, який вважав тандем суспільних інтересів та журналістської практики не лише «об'єктивною оркестровкою», але й «обов'язковою логікою галузі контентного виробництва і полем споживання» [8, с. 255]. Подібна опозиційність, очевидно, є лише однією з осей журналістського простору; наскільки ми знаємо, це історично сформульовано навколо як «інтелектуальних», так і «комерційних» полюсів журналістської праці – це, зокрема, показано на прикладі загального публічного дискурсу преси національного та регіонального масштабів [6, с.161].

Артикуляція журналістського поля навколо двох дилем – «журналіст-професіонал» та «журналіст-звичайний член суспільства» – відноситься як до суспільної значущості проблеми (з дуже різним соціальним забарвленням, з дуже різними комунікаційними характеристиками аудиторії, з дуже строкатими соціальними функціями [8, с. 515], так і до професійного рівня самих засобів масової інформації та журналістів. Якщо у професійному сенсі йтиметься тільки про другий аспект, який є привілеєм для висвітлення нашої проблеми, то цей аспект все одно треба прив'язати до суспільних перетворень та способу життя членів суспільства.

Ця артикуляція стосується не лише аудиторії, але й також характеристик виробників інформації. Справді, ступінь їхньої спеціалізації змінюється, щонайменше, в залежності від типу носія (загальний / спеціалізований, аудіовізуальний / друкований, малі студійки / великі Newsrooms тощо) та спеціалізації контенту. Наприклад, деякі теми виступів мас-медіа спрямовані на громадськість, а тому зрозумілою є публічність позиції, яку ці мас-медіа займають в ієрархіях внутрішніх редакцій. А тому, щоби навести лише приклад із діяльності засобів масової інформації, необхідно врахувати специфіку щоденного функціонування численних редакцій загальноукраїнської або регіональної преси. Щодо місцевих аудіовізуальних засобів масової інформації або загальних засобів масової інформації, які мають невеликі структури, то більшість спеціалізованих інформаційних служб чи структур або «універсаль-

них» журналістів», як правило, стають непотрібними. Ми часто знаходимо профілі журналістів, які стали «фахівцями» через певну кількість років після проходження через загальні комунікаційні хащі, або навіть «фахівцями», професіоналізм яких є дуже відносним.

Чим вище ієрархія позицій, тим більше у спеціалізованих медіа вдається знайти загальноновизнаних або принаймні відомих журналістів. Більш точно розуміючи ступінь спеціалізації засобів масової інформації та журналістів, ми можемо вивчити мобільність професіоналів у журналістській сфері. Деякі з них мають внутрішню мобільність у тому сенсі, що залишаються або в одному тематичному середовищі, або в межах підтримки однієї спеціалізації висвітлення (спорт, соціальна сфера, наука, політика тощо), інші пошуковують між ринками праці, переходячи із спеціалізованих засобів масової інформації до загальних засобів масової інформації (або рідше навпаки).

Подібні трансформації відбуваються не без загострення внутрішньо професійних дебатів щодо ідентичності журналіста у професійному середовищі та щодо визначення журналістської досконалості. Журналісти часто є предметом внутрішньоукраїнської критики, їм притаманна участь у соціальному просторі, вони говорять про політичну журналістику, яка охоплює і проміжні проблеми – наприклад, соціальні питання. Журналісти перетворюються часто на «експертів» і таким чином мають вузький, частковий, упереджений або занадто технічний погляд на висвітлення проблеми – тобто, вони більш схильні підкреслювати подієву спадкоємність, а не ефектні новини.

Тобто, ідея, розроблена універсальними журналістами (дивимось у українського дослідника Віталія Голубева [1, с. 85], полягає в тому, що журналісти не повинні апріорі знати предмет і тему, з приводу якої вони *щось таке там пишуть*, їх цікавлять основні навички журналістської техніки (наявність, винахідливість, швидкість, підстави, здатність бути першим, незалежність від джерел тощо). Для журналістів такі навички дуже важливі, оскільки дають змогу чітко роз'яснювати предмет повідомлення для аудиторій, яка, зазвичай, не знайома з даною галуззю інформування. Тобто, кожен журналіст повинен мати можливість, особливо коли виникає дуже важливий інформаційний привід, розглядати будь-яку подію [19, с. 67]. Ось чому журналісти, особливо ті, хто ледь не розривається між «експертом» і «взагалі», знаходяться у неоднозначному становищі, яке проявляється як у виступах журналістів, так і у потенційному розумінні / нерозумінні аудиторії, до якої вони звертаються. Універсальним авторам необхідно продемонструвати такі якості, які вимагають від журналіста і універсальних знань – знань в цілому. Іншими словами, такі журналісти не є фахівцями, але хочуть бути визнаними – так само, як визнаними є тематичні журналісти. Вони прагнуть говорити або писати для великої аудиторії, не дискредитуючи себе при цьому перед меншими аудиторіями.

Зрозумівши загальний принцип структурування журналістського поля, можна розглянути другий рівень аналізу – порівняльне вивчення різних спеціалізованих галузей зацікавлення журналістів. Ці галузі, зазначимо відразу, мають дуже відносну автономію щодо журналістського поля [9]. Звичайно, що часто журналістська спеціалізація з багатьох причин не може бути порівняна з цими спеціалізаціями, якщо немає офіційного права на висвітлення певних проблем (щось на кшталт журналістської акредитації). Хоча у багатьох випадках існують журналістські чи авторські спілки, асоціації, товариства, навчальні курси та школи при спеціалізованих засобах масової інформації, утім, ці мікрополя доволі нерівномірно структуровані, і їхня специфікація не стільки навіть різноманітна, скільки різнобарвна, що не може не викликати професійної стурбованості.

Британський дослідник Джеремі Танстелл здійснив піонерський внесок в журналістику та комунікативістику 60-х років минулого століття, розглядаючи особливос-

ті спеціалізованої журналістики [21]. Він продемонстрував, яким чином на якість журналістського продукту впливають обмеження, майбутня потенційна кар'єра та вже існуючий попередній досвід, статус спеціальності та спосіб, яким журналісти виконують свою професійну роль. Британський дослідник виділив різні ролі, яку відіграють спеціалізовані журналісти: співробітники медіакомпанії, спеціалізовані репортери конкретної проблеми, співробітник-конкурент з іншими експертами, які «покривають» ту ж саму галузь, тощо.

Використовуючи особливості реляційної соціології, ми прагнемо порівняти різні спеціальності журналістського поля, щоби краще зрозуміти логіку та специфічність властивостей спеціалізованої журналістики. Для цього було використано дві основні характеристики.

Першою властивістю, яка враховується у нашому порівняльному аналізі, є позиція спеціалізації, яка розглядається в журналістській практиці. Цю позицію можна виміряти за допомогою двох показників. Перший показник – біографічні елементи професіоналів. Наприклад, детальне вивчення професійних характеристик журналістів чи медіаменеджменту конкретних засобів масової інформації може показати пріоритет світоглядної парадигми самого медіа. Другий показник – економічний. Виділений під висвітлення проблеми газетний, ефірний чи віртуальний простір поміщає його в ієрархію бачення журналістом проблеми, що тісно пов'язано із бюджетом. Було б помилкою вважати чисто журналістські показники виключно економічним чинником діяльності медіа. Маємо справу із поєднанням в аналізі проблеми внутрішніх ієрархій, які відносяться до професійного престижу, і зовнішніх, які пов'язані із економічною частиною медіапрактики.

Другою властивістю, яка враховується у нашому порівняльному аналізі, є певна спеціалізація журналістів. Зазначимо, що ця спеціалізація із відносно низькою не з точки зору професійної репутації, а з огляду на очікування масової аудиторії (наприклад, культура, мода, реклама) не може стати стратегічним вибором редакції, оскільки спеціалізація журналістів безпосередньо дуже не суттєво сприяє комерціалізації (обіг реклами, класифіковані оголошення тощо) через відсутність спрямованості на широку або стратегічну громадськість (особи з високою купівельною спроможністю, «молода» аудиторія» і таке подібне). При цьому подібний контент, який, як правило, повідомляє про менш публічні новини, ніж деякі інші тематичні розділи (політика, економіка, бізнес, спорт і т.д.), займає доволі вигідне змістове розташування у виробництві домінантної, спеціалізованої масової інформації – а надто це стосується регіональних і місцевих мас-медіа.

Спеціалізована медіапрактика не відповідає тим самим цілям, які переслідуються уніфікованими, універсальними ЗМІ – подібну невідповідність яскраво продемонстрував Джеремі Танстелл. Ці цілі насамперед відрізняє технологія залучення аудиторії (Д. Танстелл говорить про цей ефект як про так званий «трафік мети»), специфіка реклами (за паном Танстеллом, «рекламна мета») або обидва одночасно («змішаний голкіпер») [20].

Висновки та перспективи. У доволі широкому сенсі журналістське поле дозволяє аналізувати висвітлення мас-медіа та окремими журналістами перетворення, що відбуваються у соціальному просторі, та суспільні як привід для журналістського виробництва – особливо це стосується спеціалізованої журналістики. Наприклад, проблеми політики, економіки, охорони здоров'я або фінансових справ у засобах масової інформації є підставою для зіткнення різних точок зору, палкої дискусії як внутрішньожурналістського спрямування, так і загальносуспільного дискурсу перетвореннями, а й зовнішніми для журналістського поля, як показано. Журналістське поле лише перекриває ці дискусії своєю логікою.

Наукові перспективи дослідження окресленої у статті проблеми пов'язуємо із визначенням інституціоналізації кластерних інституцій – юридичних, економічних

соціологічних тощо. Філософське осмислення поняття інституту в тому сенсі, яким він реально оперує, дозволить систематизувати знання про інституціоналізацію багатьох суспільних феноменів.

Не можна забувати і про те, що журналістика сприяє створенню або розвитку нових інституцій, суспільних змін і перетворень, ступінь чутливості журналістики до властивостей ситуації в країні є особливо помітним у спеціалізованій журналістиці. Порівняльний аналіз компонентів спеціалізованих підпросторів журналістського поля більш важливо сьогодні, ніж те, що називаємо занадто легкою журналістикою, такими собі «жовтенькими ЗМІ». При цьому було б некоректним вибудовувати вивчення спеціалізованих підполей професійного виробництва інформації як максимального автономних об'єктів і закритих контент них резюме у той же час, коли журналісти самі доволі таксономічні. А тому перспективою подальших досліджень журналістського поля мало б стати дослідження логіки функціонування обох цих підполей: це є логіка есе або логіка певних медіатипів, які утворюють реляційні аспекти вже не недейсного, а загальносуспільного простору.

1. Голубев В. Універсальна журналістика. Рівне: Друк Волині. 2016. 155 с.
2. Мальцев В. А. Демократические основы политической жизни общества. Социально-политический журнал. 1993. №7. С. 29–35
3. Марков М. Технология и эффективность социального управления: пер. с болг. М.: Прогресс, 19. 267 с.
4. Мітчук О. А. Феномен ліберального контенту в соціальних комунікаціях: автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комун.: 27.00.01. Запоріжжя, 2015, 32 с.
5. Современная западная философия: Словарь / Сост. В. С. Малахов, В. П. Филатов. М.: Политиздат, 1991. 414 с.
6. Фінклер Ю. Політичний відкат в Україні і ризики для медій. Проблеми та перспективи розвитку вищої школи та економіки в ХХІ столітті: збірка тез виступів учасників міжнародної науково-практичної конференції. МЕГУ імені академіка С. Дем'ячука. Рівне, 2015. С. 160-162.
7. Bennett, W. L. Toward a Theory of Press-State Relations in the United States. *Journal of Communication*, Spring. 1990. Н. 103-127.
8. Bourdieu Pierre *La distinction: critique sociale du jugement*, by Pierre Bourdieu, Paris, Les Editions de Minuit, 1979. 670 pp.
9. Bourdieu Pierre. *Language. and. Symbolic. Power*. By. Pierre. Bourdieu. Harvard. University. Press,. 1991. 302. pp.
10. Cock, Timothy E. *Governing with the News. The News Media as a Political Institution*. Chicago. University of Chicago Press, 1998. 473 pp.
11. Eaman, Foss A. *Channels of Influence*. Toronto. University of Toronto Press, 1994. 294 pp.
12. Kaminski M. *Instytucje i organizacje*. Warszawa, 1991. 245 pp.
13. Latour Bruno. When things strike back: a possible contribution of science studies to the social sciences. *British Journal of sociology*. 2000. Vol. 51, N 1 (January/March). P. 107-123.
14. Mannheim Karl. *Mensch und Gesellschaft im Zeitalter des Umbaus*. Leiden. Sijthoff, 1935. 207 pp.
15. Peterson T. *The Social Functions of the Press. Mass Media and Education*. Chicago: National Society for the Study of Education, 1954. 284 pp.
16. Rodney Benson, Erik Neveu. *Bourdieu and the Journalistic Field*. Malden. Polity Press, 2005. 256 pp.
17. The Commission on Freedom of the Press. *A Free and Responsible Press: A General Report on Mass Communication, Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines and Books*. Chicago. The University of Chicago Press, 1947. 138 pp.
18. Thomas T., Casebeer B., Kiser S. *Warlords rising: Confronting violent non-state actors*. Lanham, 2005. 264 pp.
19. Tuchman G. *Making news. A study in the construction of reality*. New York. The Free Press. 1978.
20. Tunstall J. *Journalists at Work*. Londres. Constable, 1971. 304 pp.
21. Tunstall J. *The Media in Britain*. London: Constable, 1983. 304 pp.

1. Golubev V. Universal journalism. Rivne: Printing of Volyn. 2016. 155 p.
2. Maltsev VA Democratic foundations of political life of society. Socio-political magazine. 1993. №7. Pp. 29–35
3. Markov M. Technology and efficiency of social management: lane. with bolg. M. : Progress, 19. 267 s.
4. Mitchuk O. A. The phenomenon of liberal content in social communications: author. dis. ... Dr. of Science in Soc. commune: 27.00.01. Zaporozhye, 2015, 32 p.
5. Modern Western philosophy: Dictionary / Sost. VS Malakhov, VP Filatov. M. : Politizdat, 1991. 414 s.
6. Finkler Y. Political setback in Ukraine and risks for the media. Problems and prospects for the development of higher education and economics in the XXI century: a collection of abstracts of speeches of participants of the international scientific-practical conference. MEGU named after Academician S. Demyanchuk. Rivne, 2015. S. 160-162.
7. Bennett W. L. Toward a Theory of Press-State Relations in the United States. Journal of Communication, Spring. 1990. H. 103-127.
8. Bourdieu Pierre La distinction: critique sociale du jugement, by Pierre Bourdieu, Paris, Les Editions de Minuit, 1979. 670 pp.
9. Bourdieu Pierre. Language. and. Symbolic. Power. By. Pierre. Bourdieu. Harvard. University. Press,. 1991. 302. pp.
10. Cock, Timothy E. Governing with the News. The News Media as a Political Institution. Chicago. University of Chicago Press, 1998. 473 pp.
11. Eaman, Foss A. Channels of Influence. Toronto. University of Toronto Press, рік? 294 pp.
12. Kaminski M. Instytucje i organizacje. Warszawa, 1991. 245 pp.
13. Latour Bruno. When things strike back: a possible contribution of 'science studies' to the social sciences. British Journal of sociology. 2000. Vol. 51, N 1 (January/March). P. 107-123.
14. Mannheim Karl. Mensch und Gesellschaft im Zeitalter des Umbaus. Leiden. Sijthoff, 1935. 207 pp.
15. Peterson T. The Social Functions of the Press. Mass Media and Education. Chicago: National Society for the Study of Education, 1954. 284 pp.
16. Rodney Benson, Erik Neveu. Bourdieu and the Journalistic Field. Malden. Polity Press, 2005. 256 pp.
17. The Commission on Freedom of the Press. A Free and Responsible Press: A General Report on Mass Communication, Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines and Books. Chicago. The University of Chicago Press, 1947. 138 pp.
18. Thomas T., Casebeer B., Kiser S. Warlords rising: Confronting violent non-state actors. Lanham, 2005. 264 pp.
19. Tuchman G. Making news. A study in the construction of reality. New York. The Free Press. 1978.
20. Tunstall J. Journalists at Work. Londres. Constable, 1971. 304 pp.
21. Tunstall J. The Media in Britain. London: Constable, 1983. 304 pp.

UDC 007 : 070.1 : 321.01

SPECIALIZED FIELDS OF JOURNALISM IN THE CONTEXT OF POLITICAL AND PHILOSOPHICAL CONCEPTS

Mitchuk Olha, D.Sc. (Social Communications), Professor of the Department, Academician Stepan Demianchuk International University of Economics and Humanities, 4, Stepana Demianchuka St., Rivne, 33027, Ukraine, e-mail: o.mitchuk@gmail.com.

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-1011-7320>

Introduction. Transformations of journalism in the post-communist countries including Ukraine led to the transformation of the general picture of journalism as a sector of social activity. Journalistic practice and the person of a journalist are a large part of the market for journalistic work in its diversity; however, the fact remains that this market has some limits.

Relevance of the study. The problem of considering public consciousness as a basis for the conflict between power and law in the context of the institutionalization of law cannot be ignored, since the multifaceted nature and complexity of the formation and functioning of the public consciousness alone make it possible to isolate the structure of legal entities that aim at shaping the entire Ukrainian system.

Methodology. The basis of scientific research is the analysis of theoretical research. The methodological basis of the article is a combination of general scientific methods and special techniques and approaches to the study of patterns and features of information processes and phenomena. The processing of the source base was based on the use of analytical, synthetic and logical methods, which helped to formulate a system of initial theoretical concepts, principles of selection, analysis and generalization of research material. theoretical concepts, principles of selection, analysis, and generalization of research material.

Results. Generally, the journalistic field allows to analyze transformations clarified by mass media and individual journalists that take place in the social space and the public as an occasion for journalistic production it is related especially to specialized journalism. For example, the problems of politics, economics, health care or financial affairs in the mass media are the basis for a clash of different points of view, a discussion of both the internal journalistic direction and the general discourse. The journalistic field only overlaps these discussions with its logic.

Conclusions. Comparative analysis of the components of the specialized subspaces of the journalistic field is more important today than what we call light journalism, the so-called «the yellow media».

Key words: *power, journalist, institutionalization, category, content, mass-media, law, professionalism, social effect, specialization, universality.*

Стаття надійшла до редакції 21.02.2021