Министерство образования Республики Беларусь

Белорусский государственный университет

Институт журналистики

Факультет журналистики

Кафедра социологии журналистики

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

**На тему «Место социологической науки**

**в журналистской деятельности»**

Студентки 4 курса 3 группы

специальности «Журналистика

(печатные СМИ)»

Хомицевич Юлии Андреевны

Преподаватель:

Хурс Александр Михайлович

Минск

2012

­­­­­Социология – наука сравнительно молодая, и до сих пор нет достаточного емкого определения для неё. Не углубляясь в дебри пространных рассуждений, а просто зря «в корень», socius (лат.) – означает «общественный». Таким образом, социология занимается вопросами организации, развития и функционирования общества, проблемами отношений в обществе, вопросами социального неравенства. А также изучает социальные институты, общности, организации, группы. Социологи проводят различные полезные исследования и эксперименты, изучая реакцию отдельных индивидуумов, небольших групп людей или даже жителей целых континентов. Все полученные знания обрабатываются и систематизируются. Часть из них пополняет мировую статистику, часть служит началом других изысканий. Многие данные социологических исследований находятся в свободном доступе, а благодаря Интернету получить какую-либо информацию стало совсем просто. Для проведения опросов и анкетирования уже не обязательно стоять с листовками в людных местах и донимать спешащих по делам прохожих. Достаточно разместить вопросы или просьбу в социальной сети. Так что современные технологии коммуникаций значительно продвигают социологию вперёд. И, так уж получается, что ни одна наука в мире не существует сама по себе, как закрытая, замкнутая система. Социология тесно связана с другими гуманитарными дисциплинами, например, с психологией, культурологией, политологией, антропологией и так далее. Нашлось для социологии место и в журналистской практике, причем для определения таких отношений хорошо подходит английское слово relationship. Получается такое вот «взаимопроникновение»: с одной стороны – социология журналистики, а с другой – социология *в* журналистике. Давайте подробнее остановимся на втором случае.

По определению Ядова В. А., социология — это наука о функционировании общества, о взаимоотношениях людей. Основной целью социологии является «анализ структуры социальных отношений в том виде, в каком она складываются в ходе социального взаимодействия»[[1]](#footnote-1). Журналистика, в таком случай – что-то вроде правой руки социологии, а именно: журналистика находит массу приемов художественного запечатления социальных взаимоотношений каждого отдельного человека и общества в целом. И если литературная «художественность», прямо скажем, не для того предназначена, то *журналистское* видение социальных конфликтов вполне можно назвать с этой точки зрения художественным. Частый вопрос, с которым ко мне обращаются: «О чем ты пишешь свои материалы?». Я отвечаю: «Социальная проблематика». Но ведь я не социолог! Ага. Получается, что и социолог в некоторой степени тоже. Самое простое, что приходит на ум – схожесть методов, применяемых в работе с источником информации, как в социологии, так и в журналистике. Например, анализ документов - сбор социальных данных при изучении автобиографий, произведений, картин, печатных СМИ и т. п. Под документом в социологии понимается любой фиксированный носитель информации. Разновидностью этого метода является контент-анализ, который переводит информацию в количественные показатели и подвергает статистической обработке. Анкетирование – сбор данных на основе различных анкет и опросников. Также роднит социологию и журналистику наблюдение и эксперимент. Ну и конечно же интервью!

Однако если вы слышите слово «социология», у вас возникают ассоциации с непонятной терминологией, группами людей, заполняющих бланки вопросов, подсчётами, цифрами и самое лучшее – цветными диаграммами статистики. Но если вы слышите слово «журналистика» - ассоциации совершенно иные: корреспонденты и репортёры, беседующие с очевидцами, газетные тексты с фотографиями, новости и аналитика. Получается, журналисты вам всё разжуют, добавят ясности и объема в сухие данные социологических исследований. Наберём в поисковике «социологические исследования показали…», возьмём первую ссылку, вот и статья[[2]](#footnote-2) «Статистический анализ данных по 50 штатам США показал[…] полученные результаты подтверждают гипотезу, согласно которой религиозность и неблагополучие — два относительно независимых следствия высокого уровня социального неравенства в США». Далее идет развёрнутый материал, который разъясняет «что и почему». Но это в идеале. Часто журналисты не утруждают себя подбором красивых слов, полагая, что данные исследований и без того довольно ясны: «41,2% мужчин дискомфортно, если женщина зарабатывает больше»[[3]](#footnote-3). Позаимствовал цифру – и всё. Но есть талантливые и увлечённые журналисты, которым интересно самим провести какое-нибудь исследование, чтобы наиболее точно и емко изложить собственную точку зрения по рассматриваемому вопросу. Удачный материал[[4]](#footnote-4) «Как это по-русски?» получился у Юлии Рейснер (Журнал Cosmopolitan). Она целый день изображала американку и расспрашивала москвичей о жизни в их городе и в их стране. Чем не социологическое исследование? Земляки на самом деле принимали девушку за иностранную туристку, ещё немного и она поверила бы в «медведей и балалайки». Материал весьма наглядно демонстрирует поведение типичного русского человека по отношению к иностранным девицам приятной внешности.

Мне удалось вывести три варианта взаимодействия социологии и журналистики

1. Берём данные социологических исследований, помещаем в свой журналистский текст и оставляем без комментариев;
2. Берём данные социологических исследований, изучаем их и анализируем для читателей;
3. Самостоятельно проводим социологическое исследование и используем его как основу своего материала.

В своей журналистской деятельности приходилось и мне быть «исследователем». Из запоминающихся - статья о жилье для студентов «С корабля на раскладушку»[[5]](#footnote-5). Ходила по общежитиям и расспрашивала, как студентам нравятся их апартаменты, сколько платят за них, где кушают и что кушают, где берут деньги. Обзванивала знакомых, которые снимают квартиры. Практически такой же план действий использовала при написании статьи о подработках «Охота на работу»[[6]](#footnote-6), об одеждах для выпускников «Готовимся к выпускному вечеру»[[7]](#footnote-7). Другими были исследования и опросы байкеров, при написании статьи об отсутствии карта «Мотоциклисты: нам НЕ любые дороги дороги!»[[8]](#footnote-8). В «Гомельскай праўде», с которой я сотрудничаю, есть рубрика под названием «Блиц-опрос», где на один и тот же вопрос отвечают несколько человек разных профессий и социального статуса.

На самом деле, у темы этого эссе много различных аспектов, всех их коснуться просто не реально. Но давайте рассмотрим ещё один важный факт: журналистика (как средство коммуникации между людьми) является носителем и своего рода хранителем социальных законов. Ведь СМИ обладают некоторой властью над обществом, диктуют нормы поведения, восприятия реалий, задают моду, корректируют языковые нормы, одним словом, имеют авторитет для человечества. И поэтому как будет себя вести общество – во многом зависит от того, как и о чём станут писать журналисты. Получается в некотором роде замкнутый круг: СМИ формируют общественное самосознание, опираясь на социологические исследования, которые проводятся в этом же обществе. Очевидно, что социология и журналистика связаны между собой гораздо теснее, чем кажется на первый взгляд. Обе эти сферы поддерживают друг друга. Взять хотя бы «социальную лестницу» - в газетах чаще пишут о «шишках», начальниках, должностных лицах и прочих важных персонах, и гораздо меньше об алкоголиках из глухих деревень. Ну вот, социология проведет исследование на предмет наличия у именитостей больших денежных средств, миллионов и миллиардов, а журналисты потом, из двадцатки первых напишут поименно фотоочерки. Или биографии. Или некрологи, кто чего дождётся, собственно.

Социологи подадут информацию: согласно исследованиям, уровень культуры в Европе стремительно падает, опрос показал, что 70% школьников не знают кто такой Мао Цзэдун (к примеру). Поэтому социологи в некоторой степени являются «работодателями» для СМИ: подливают маслице в огонь общественной полемики. Данные получены – теперь СМИ должны разобраться, почему дети не знают Мао Цзэдуна. А, может, это школа виновата, а может Интернет-зависимость, а может в семье проблемы, а может зарплаты низкие у бюджетников, а может государственный строй далёк от совершенства, а может, а может, а может. Народ – он такой, ему всё всегда непонятно, и нужно простыми словами объяснять простые вещи очень долго. Головой думать мы не приучены, за нас всё должен делать невидимый «кто-то». Зато любим сенсации и ложь, любим поскандалить в очередях и пожалеть себя. А как это поведение называется? Оно называется социальный или статистический факт. Про это потом тоже какой-нибудь журналист напишет статью, и начинаться она будет примерно так: «Вышел купить горошек для салата оливье, и невольно наблюдал такую картину…».

Заключение.

В моём понимании, социология и журналистика – две ветки, растущие на одном дереве. И веток у этого дерева далеко не две! Но если социология подает факты, то задача журналистики – эти факты раскрыть, описать, дать им объяснение, прокомментировать, переосмыслить и подать читателю в презентабельном виде. Поэтому и каждый журналист в некотором роде социолог, наблюдающий и описывающий проблемы общества, социального института, а так же отдельно взятого индивидуума.

1. Социологический словарь: Пер. с англ. / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. С. Тернер. — М.: ЗАО "Издательство «Экономика», 2004. — С. 304. [↑](#footnote-ref-1)
2. http://elementy.ru/news/431472 [↑](#footnote-ref-2)
3. Журнал Cosmopolitan, ноябрь 2012, с.70 [↑](#footnote-ref-3)
4. Журнал Cosmopolitan, сентябрь 2011, с.390-394 [↑](#footnote-ref-4)
5. http://gp.by/special/youth\_pulse/9846.html [↑](#footnote-ref-5)
6. http://gp.by/section/education/9890.html [↑](#footnote-ref-6)
7. http://gp.by/special/youth\_pulse/11678.html [↑](#footnote-ref-7)
8. http://gp.by/special/youth\_pulse/13529.html [↑](#footnote-ref-8)