Игорь Александрович Николайчук

Центр специальных медиаметрических исследований, г. Москва

ianiko@yandex.ru

**О некоторых возможностях расширения эмпирической базы исследований профессиональной идеологии журналиста**

Предлагаются количественные методики анализа динамики процессов в области формирования самоидентификации журналистов, пригодные для выработки направлений транзита профидеологии в современных условиях. Приводятся соответствующие данные, полученные методами медиаметрии, рангового анализа, социальной габитоскопии, сравнения ментальных ландшафтов.

Ключевые слова: теория журналистики, профессиональная идеология журналиста, журналистская этика, стимулы самореализации, количественные методы анализа информации, социология.

Сегодня этические и профессионально-функциональные критерии, на которых последние тридцать лет ориентировалось российское журналистское сообщество [1; 2; 4], включая и вузовскую сферу, дезавуированы, исходя из потребностей политической практики по защите национальных интересов РФ. В таких условиях особое значение приобретают методики количественного анализа данных, позволяющие на объективной основе исследовать динамику процессов в области формирования самоидентификации журналистов и намечать направления транзита профидеологии.

За последние тридцать два года в основных базах научных публикаций на одну статью, содержащую словосочетание «идеология журналистики», в среднем приходится около двух статей со словосочетанием «теория журналистики». Это говорит о том, что исследования по идеологии журналистики являются фактически основной темой теоретических разработок.

Если взять данные о «предложении» потребителям информации из интернета по запросам «идеология журналистики» и «профессиональная идеология журналистики», то окажется, что в тематическом «идеологическом» поле в среднем 37% (±8%) единиц информации относится именно к вопросам профессиональной самоидентификации журналистов. Это хорошо сочетается с данными по научным статьям.

Тема журналистской этики вызывает особый интерес социологов и теоретиков журналистики. Например, американцы весьма низко оценивают степень порядочности работников СМИ (газетных репортеров и тележурналистов), а также уровень соблюдения ими профессиональных этических стандартов. Их место в рейтинговом ряде одно из последних: 15 и 17 соответственно из 22 позиций [5]. Можно в этом контексте выяснить и следующее: какова степень интереса российских интернет-пользователей к теме различных профессиональных этик? В апреле 2019 года нами было показано, что интерес к теме «журналистская этика» находится в «хвосте» рейтингового ряда. В октябре 2022 года картина не изменилась: опять 10 место из 15. Видно, что в современном российском обществе нет стимулов для укрепления в самосознании журналистов вопросов соблюдения профессиональной этики.

Массмедиа являются в первую очередь средством достижения материального благополучия производителей контента [3]. Повышенным спросом в интернете, как известно, пользуется порно контент. Активно идет поиск подходящих кадровых вакансий и возможности получить соответствующую специализацию. Так в октябре 2022 года в Яндексе зарегистрировано 0,68 тыс. показов по фразе «порно корреспондент», 1,64 тыс. «порно журналист», 1,34 тыс. «порно репортерша». Журналистская профессия, наравне с профессией (секс-суррогатом) актрисы и медсестры «в халатике» позволяет выгодно продавать себя на порносайтах. Об этом говорят следующие цифры (Яндекс, октябрь 2022 г.): по фразе «секс с журналисткой» было 2,52 тыс. показов в месяц. Развертка семантики по этим запросам более чем характерна: «секс журналистки во время интервью», «секс журналистки в прямом эфире», «журналистка занялась сексом в клубе», «секс с русской журналисткой».

Для нужд цифрового обществоведения мы разработали методику социальной габитоскопии, которая позволяет выявлять сходство или различие сложных, многомерных объектов исследования по специфическим «кусочкам». На одном из форумов журналисты отмечали крайне высокий уровень зарегулированности СМИ региональными властями в Кабардино-Балкарии, Ингушетии, Чечне, в меньшей степени это якобы касается Северной Осетии и Дагестана.

Создадим микропортреты указанных субъектов РФ на основе данных об относительной региональной популярности таких запросов, как «журналистика», «власть», «свежий номер газеты», «этика журналиста», «свобода слова», «самореализация», и сравним такие портреты с Москвой. Сформированный таким образом «журналистский» ментальный ландшафт в мусульманских республиках хорошо совпадает по субъектам и противопоставлен Москве. Северная Осетия-Алания почти точно соответствует ментальному пейзажу Москвы.

Литература

1. Век информации. 2017. № 1. Философия в СПбГУ. Журналистика XXI века: профессиональная идеология для ускользающей профессии: матер. междунар. научно-практ. конф., 11–12 ноября 2016 г. / ред.-сост. А. Н. Гришанина, С. Г. Корконосенко; отв. ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2017.

2. Горбаткова О. И. Творческий портрет медиакритика и медиапедагога С. Г. Корконосенко // Медиаобразование. 2016. № 3. С. 141–151.

3. Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам научно-исследовательских работ. М.: Комитет гражданских инициатив, 2017.

4. Суходолов А. П. Идеологическая функция журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 1. С. 11–16.

5. Lydia Saad. Military Brass, Judges Among Professions at New Image Lows. Gallup. January 12, 2022. Электронная ссылка: https://news.gallup.com/poll/388649/military-brass-judges-among-professions-new-image-lows.aspx.