

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»
Факультет гуманитарных и социальных наук**

Кафедра «Социологии»

«Допустить к защите»

Заведующий кафедрой
«Социологии»
Нарбут Н.П.

«_____» _____ 2020 г.

Выпускная квалификационная работа бакалавра

Направление/Специальность 39.03.01 «Социология»

ТЕМА: «Представление социологических данных в средствах массовой информации: особенности публикации (на примере контент-анализа СМИ)».

Выполнил студент Поляков Федор Денисович

Группа ГСБ-41

Студ. билет №1032160119

Руководитель выпускной
квалификационной работы
Тертышникова А. Г., к.с.н.,
ассистент кафедры социологии

(подпись)

Автор _____
(подпись)

г. Москва
2020 г.

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Российский университет дружбы народов»

АННОТАЦИЯ

выпускной квалификационной работы

Полякова Федора Денисовича

на тему: «Представление социологических данных в средствах массовой информации:
особенности публикации (на примере контент-анализа СМИ)»

Совместно с регулярной практикой публикации социологической информации в СМИ возникают проблемы ее грамотной подачи. Опасность произвольного использования фактов сводит всякую научность в публицистику. В этой стезе любые научные данные могут преподносить не только правду, но и вводить в заблуждение, выставляя науку не в лучшем свете. Само по себе социологическое знание, как и любое научное, пассивно и в целом востребовано обществом далеко не в полной мере. Однако та его часть, которая способна ответить на существующий запрос, попадает в медиaprостранство и формирует образ всей социологии. Данная работа посвящена изучению специфики использования тех или иных социологических данных, а также особенностям их публикации. На примере контент-анализа ежедневных печатных изданий характеризуется как качество существующих публикаций, так и основные тематические направления, в контексте которых задействуются результаты социологических исследований.

Автор ВКР

(подпись)

Поляков Федор Денисович

Содержание

Введение.....	3
1. Общественная роль социологии	
1.1. История использования социологической информации в фокусе академической социологии	6
1.2. История использования социологической информации в фокусе публично-прикладной социологии.....	11
2. Особенности интеграции социологической информации в состав массовой информации	
2.1. Проблемы публикации социологических данных.....	19
2.2. Нормы регулирования социологических публикаций в СМИ.....	24
3. Современная практика использования социологической информации в СМИ (на примере контент-анализа прессы)	
3.1. Основные тематические направления публикаций.....	29
3.2. Качество представления социологической информации в прессе...35	
Заключение.....	41
Список используемой литературы.....	43
Приложение.....	47

Введение.

Актуальность темы. На фоне падения доверия к результатам социологических опросов представляется особо актуальным продолжение исследований, посвященных изучению презентации социологической информации в СМИ. Отметим, что интерес отечественного научного сообщества к названной тематике сформировался значительно раньше – в начале 90-х годов прошлого столетия. Тем не менее, его актуализация совпадает с запоздалым возникновением дискурса «публичной социологии». И если изначально речь шла об общественной миссии науки, то постепенно внимание смещалось на механизмы ее медиатизации. Благодаря чему, на сегодняшний день существует целая серия исследований культуры использования социологических данных в медиапространстве. Она представлена как крупными организациями¹, так и отдельными исследователями (Аникина², Зурабишвили³, Цыбикова⁴). Резюмируя опыт последних, стоит указать на то, что социологическая информация журналистами воспринимается как объективные научные сведения, придающие публикациям большую убедительность. Сама «социология» в материалах СМИ представлена по большей части эмпирическими исследованиями – массовыми опросами общественного мнения. Тем самым достаточно подробно описаны средства распространения социологической информации, а также характер их использования, обусловленный профессиональной подготовкой и интересами журналиста. Однако в существующих исследованиях достаточно мало внимания уделяется другим особенностям размещения социологических данных.

¹ Открытое мнение: Образ социологии в СМИ – [Электронный ресурс]. URL: https://openopinion.ru/obraz_sociologii_v_smi (дата обращения 10.05.2020)

² Аникина М.Е. Журналист и социолог: грани сотрудничества и особенности профессиональной подготовки // Вестник Московского университета. Серия 10. - 2011. - №4. - 69-79 с.

³ Зурабишвили Т. Социология и пресса: типичные неточности при публикации результатов социологических исследований в СМИ и их причины // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2002. – №3. – 39-43 с.

⁴ Цыбикова Д.Г. Социологическая информация в СМИ // Профессиональная культура российской интеллигенции. - М.: РГГУ, 2017 - 326-332 с.

Для того, чтобы оценить **степень научной разработанности** поднятой темы, следует выделить несколько групп источников, без которых оценка является затруднительной. Прежде всего, отметить стоит работы, посвященные характеристике общественной роли социологии на разных этапах ее становления. К таким относятся труды М. Буравого⁵, Г. Ганса⁶ и Д. Г. Подвойского⁷. При изучении особенностей интеграции социологической информации в состав массовой незаменимыми оказались работы М. Е. Аникиной⁸, И. А. Бутенко⁹, Т. Зурабишвили¹⁰, Н. Н. Колодиева¹¹. В этом свете отдельного внимания заслуживает исследование К. Вайса и Э. Сингер¹². В нем приводится наиболее полное описание становления проблемы использования социологической информации в СМИ.

Объект исследования – социологическая информация в СМИ

Предмет исследования – практика использования социологических данных в СМИ

Цель исследования – изучение специфики публикации социологических данных в СМИ

В соответствии с поставленной целью работы, сформулированы следующие исследовательские **задачи**:

1. Рассмотреть историю использования социологической информации с точки зрения академической социологии

⁵ Буравой М. За публичную социологию / Под ред. Романов П., Ярская-Смирнова Е. // *Общественная роль социологии*. М.: «Вариант», 2008. – 5-58 с.

⁶ Gans H. Sociology in America: The Discipline and the Public // *American Sociological Review* - 1989. - №54. – 1-16 p.

⁷ Подвойский Д. Г. «Публичная социология» в прошлом и настоящем: уточнение координат // *Социологические исследования*. - 2009. - №5. - 13-23 с.

⁸ Аникина М.Е. Журналист и социолог: грани сотрудничества и особенности профессиональной подготовки // *Вестник Московского университета*. Серия 10. - 2011. - №4. - 69-79 с.

⁹ Бутенко И. А. Какого обращения заслуживают социологические данные? // *Социологические исследования*. – 2002. – №. 1. – 122-130 с.

¹⁰ Зурабишвили Т. Социология и пресса: типичные неточности при публикации результатов социологических исследований в СМИ и их причины // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. – 2002. – №3. – 39-43 с.

¹¹ Колодиев Н. Н. Социологическая культура журналиста // *Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности: сборник статей и материалов*/Под ред. В. Ф. Олешко. Екб.: УрГУ. – 2008. – 70-95 с.

¹² Weiss C., Singer E. *Reporting of Social Science in the National Media*. New York: Sage, 1988. – 304 p.

2. Рассмотреть историю использования социологической информации с точки зрения публично-прикладной социологии
3. Систематизировать существующие проблемы публикации социологических данных
4. Выделить существующие нормы регулирования социологических публикаций в СМИ
5. На основе контент-анализа прессы охарактеризовать основные тематические направления публикаций
6. Оценить качество представления социологической информации в прессе

Научная новизна дипломной работы состоит в попытке изучения специфики использования тех или иных социологических данных.

Методологической базой дипломной работы является собственное эмпирическое исследование, проведенное с использованием контент-анализа прессы.

Эмпирическую базу исследования составили тексты ежедневных печатных изданий, распространяющихся на территории большинства субъектов РФ («Российская газета», «Ведомости», «Известия», «Коммерсантъ», «РБК», «Московский комсомолец», «Независимая газета»).

Структура работы: работа состоит из введения, трех глав по два параграфа, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Глава 1. Общественная роль социологии

1.1. История использования социологической информации в фокусе академической социологии

Вопрос, посвященный общественной роли социальных наук, поднимался на протяжении всей их истории. Чаще всего он рассматривался в полемике об основаниях самого социального знания. Его история носит онтологический характер и берет свое начало еще в античности. Так, в домодерновых эпохах общественная мысль являлась скорее политической¹³. Философы того времени говорили прежде всего о государственном устройстве и его управлении. Сам термин «общество» не имел особой теоретической нагрузки и понимался скорее, как политическое объединение, с целью которого можно реализовывать общие интересы. Отношение к социальному знанию начало постепенно меняться в процессе модернизации. Открылись новые горизонты общественной жизни, а кульминацией развития социальной мысли стала новая наука об обществе – социология.

Как и всякая наука, социология стала возможной тогда, когда у нее появился объект познания и особый способ воззрения на мир, собственная «интеллектуальная оптика». Донаучное социальное знание опиралось на философию. Философа, например, интересует идеальное государство, а не реальное, то есть не явления как таковые, а их сущность. Ученый же рассуждает иначе. Он наблюдает факты, однако судить о них не может. И хоть социология изначально заявила о своей научности, взяв пример с естественных дисциплин, - вопрос о её общественной роли остался прежним. Сформулировать его достаточно просто: «знание для чего?». Чаще всего он поднимается в дискуссиях о возможности чистой социальной науки, свободной от предвзятости и субъективных оценок, которые были присущи философии.

¹³ Подвойский Д. Г. О предпосылках и истоках рождения социологической науки // Социологические исследования. - 2005. - №7. - С. 6.

Началом таких дискуссий стал позитивизм, которому социология обязана своим существованием. И, казалось бы, такой подход дает однозначный ответ на поставленный вопрос в духе сциентизма – знания ради знаний. Но так ли они нейтральны и, как следствие, истины? Стоит сделать поправку на то время, в котором родилась социология. «Социология XIX века, - учат мэтры, - рождена из утопии. Речь идет об утопии сциентократизма, элементы которой есть в "Новой Атлантиде" Фрэнсиса Бэкона»¹⁴. Наука виделась большинству мыслителей как высшая ценность, способная описать, объяснить и решить любые насущные проблемы. Это вера в прогресс, конструирующая картину мира точно также, как и любая религия. Позитивизм отстаивал позицию единства всякого научного знания, стремясь в нем выделить общее, повторяющееся и фиксируемое. По этой причине говорить о непредвзятости раннего позитивизма не совсем справедливо. Во всяком случае, тот был раскритикован на этой основе за присущий ему редукционизм и детерминизм¹⁵.

Антипозитивистские течения же подчеркивали специфику социальных объектов и методов их познания, выделяя общественные и гуманитарные науки в отдельную перспективу научного знания. Такая гносеологическая ориентация ставила в центр внимания того, кто познает социальный объект. Особо актуальной она стала в связи с теоретической ситуацией буржуазного обществознания конца 19 века. В этом свете показательной будет позиция М. Вебера¹⁶ относительно роли оценочных суждений в социологической науке. В отличие от позитивистов, Веберу социология представлялась во взаимодействии не только с голыми практическими «фактами», но и с ценностно-значимыми. Это означает, что социология, как и любая другая наука, не может быть свободной от оценок, во всяком случае, практически-ориентированных. «Мне представляется прежде всего нереальным нередко

¹⁴ Подвойский Д. Г. «Публичная социология» в прошлом и настоящем: уточнение координат // Социологические исследования. - 2009. - №5. - С. 16.

¹⁵ Кон И.С. (ред.) История буржуазной социологии XIX — начала XX века. М.: Наука, 1979. — С. 146-149.

¹⁶ Вебер М. Смысл "свободы от оценки" в социологической и экономической науке; Наука как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. – 547-561 с.

совершаемое в нашей науке деление практических оценок на «партийно-политический» и оценки иного характера, деление, направленное лишь на то, чтобы скрыть от слушателей практическое значение внушаемых им взглядов».¹⁷ Однако, эта фраза в контексте верна лишь по отношению к социологу, выступающему за кафедрой. Чтобы соотнести ее смысл со всей социологией, Вебер обозначает границы дозволенного понятиями «технической» и «ценностной» рациональности. Условно говоря, рассуждение идет о понимании целесообразности и необходимости тех или иных практических оценок, которые делает ученый. Социология же стремится избавиться от всякого рода оценок, это чисто инструментальная наука. Ей можно воспользоваться как во благо, так и во вред. Соответственно, вопрос об общественной роли социологии - «знание для чего?», модернизируется Вебером в дискуссию о том, что социологу необходимо заботиться не только о конечной цели такого знания, но и о способах достижения этой цели.

Последующие за Вебером представители Франкфуртской школы хоть и критиковали его традиционный подход, но, как и он полагали, что в общественных науках существуют техническая и ценностная рациональности¹⁸. Так, например, М. Хоркхаймер выразил это в рассуждениях о затмении разума¹⁹. Техническую рациональность он обозначил через понятие «инструментального разума», который превалирует в современных ему сознаниях людей. Другими словами, он критикует инструментальность, которая вытесняет дискуссию о ценностях, закликаясь на самой себе, делая средства самоценными (как раз то позитивистское положение «знание ради знаний»). В дальнейшем эта мысль развивается в совместном с Т. Адорно труде «Диалектика просвещения»²⁰. В нем уже подробно критикуется не столько инструментально-научное знание, сколько социологическое, как

¹⁷ Вебер М. Смысл "свободы от оценки" в социологической и экономической науке; Наука как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. – С. 548

¹⁸ Burawoy M. For Public Sociology // American Sociological Review - 2005. - №70. – P. 11.

¹⁹ Хоркхаймер М. Затмение разума. К критике инструментального разума / Макс Хоркхаймер. — М.: «Канон+», 2011. — 224 с.

²⁰ Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. М.-СПб.: Медиум, Ювента, 1997. – 312 с.

неудачная реализация философских воззрений Просвещения. «Не материальные предпосылки чаемого, т.е. сорвавшаяся с цепи техника как таковая, ставят возможность его осуществления под вопрос. Это утверждают социологи, теперь вновь ищущие противоядие, будь оно даже коллективного сорта, для того, чтобы стать противоядием хозяевами»²¹. Исходя из этого, авторы осуждают и результат такой интеллектуальной оптики, - утверждение исторически сложившейся системы общественных отношений на Западе как единственно возможной. Основной мотив критики заключается в том, что инструментальная рациональность господствует над людьми, навязывая отнюдь несправедливые правила эксплуатации. В этом свете, социологическое знание лишь кажется «нейтральным». В глазах франкфуртцев общественная роль социологии сводится к оправданию существующих устоев. Примечательно, что этот труд был написан в Америке. Там, в свою очередь главным объектом критики стал парсоновский структурный функционализм и присущая ему методология прикладных исследований²².

К 60-м годам прошлого столетия общественно-экономическое развитие западного общества достигло такого уровня, когда многие проходившие в нем процессы не находили своего адекватного отражения в социальной теории. Обществоведы помимо того, что констатировали кризис западного общества, заговорили и о кризисе социальной науки как таковой. Так, например, Ч. Миллс в конце 50-х рассуждал о нерелевантности социологии. «Как и "Высокая теория", абстрактный эмпиризм процесса познания характеризуется тем, что исследователями выхватывается частная операция, которая целиком ими овладевает. Оба направления позволяют ученому отстраниться от основных задач общественных наук»²³. Подобно франкфуртцам, Миллс говорит о смещении общественной роли социологии. Только в этом случае оно происходит не к оправданию существующих устоев (что тоже не исключено),

²¹ Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. М.-СПб.: Медиум, Ювента, 1997. – С. 59.

²² Подвойский Д. Г. «Публичная социология» в прошлом и настоящем: уточнение координат // Социологические исследования. - 2009. - №5. - С. 20.

²³ Миллс Ч. Р. Социологическое воображение / Пер. с англ. О. А. Оберемко под ред. Г.С. Батыгина. М.: Стратегия, 1998. – С. 62

а к абстрактной методологической и теоретической рефлексии, которая становится препятствием на пути познания социальных явлений. Стоит отметить, что обвинял он прежде всего не только профессиональную, но и академическую социологию, которая не уследила разрастающиеся в обществе конфликты.

Присущей американской социологии прагматизм поставил вопрос об общественной роли науки ребром. Если функционализм успешно работал для анализа статического типа общества, который сложился на Западе, то для чего социологическое знание нужно теперь? А самое главное кому.

Наиболее детально суть этих претензий обозначил А. Гоулднер²⁴. В его видении структурный функционализм предстал не столько социологической теорией, сколько теорией американского среднего класса, составляющего основу общества Соединенных Штатов. Свое представление он оформил в категории «социология социологии», теоретическое содержание которой во многом схоже с позицией Вебера, касаемо оценок в науке. Согласно Гоулднеру, в основе любой социологической теории лежат те или иные фоновые (не явные) философские предпосылки, которые обуславливают выбор предметных доказательств (явных предпосылок). В определенный момент социолог, вооружившись старыми неявными предпосылками, может оказаться в новых действующих условиях. Именно такая ситуация и развернулась к 60-м.

Тем самым, в критике структурного функционализма постепенно формулируется еще один вопрос об общественной миссии социологии: «знание для кого?». Действительно ли социологическая рефлексия должна ограничиваться лишь академической аудиторией? Становление американской социологии определило ее разделение на теорию и профессиональную практику. В отличие от Европы, где мыслители были вынуждены работать вне университетской среды, в США наука сразу начала институализироваться. По

²⁴ Гоулднер А. У. Наступающий кризис западной социологии. СПб.: Наука, 2003. – 577 с.

сути она получила серьезный теоретический каркас, автономный от политики. Только вот автономность эта оказалась достаточно иллюзорной. Профессиональная деятельность на службе заказчику стала тому подтверждением.

1.2. История использования социологической информации в фокусе публично-прикладной социологии

Как было сказано ранее, американская социология развивалась через процессы построения теории и эмпирического исследования. И изначально, если они развивались в единстве, то постепенно пути стали расходиться. Чтобы понять суть этого деления и вырождающийся из него вопрос: «знание для кого?», - следует обратиться к истории американской социологии.

Основоположники национальной социологической науки во многом следовали за европейскими мыслителями. Однако они перенимали лишь актуальные идеи, которые являлись ответом на возникающие проблемы новой нации (жизнь этнических групп, расовое сознание, межнациональные браки, женская мобильность и так далее). Так первое поколение американских социологов (имеется в виду Л. Уорд, А. Смолл, Э. Гиддингс, У. Самнер) было подвержено влиянию социал-дарвинистских идей Г. Спенсера²⁵. Но все же философское основание европейского позитивизма было переосмыслено. Вследствие чего родилась идея социального мелиоризма, которая выражалась в стремлении использовать социологию как средство социальных реформ.

Второе поколение чикагского факультета социологии не было столь оптимистичным относительно реформаторской деятельности социологии²⁶. Они видели общественную роль науки в нейтральном просвещении. Иными словами, она должна создавать благоприятные условия для решения актуальных проблем, но никак не принимать эти решения. Это инструмент

²⁵ Lewis D., Smith R. American Sociology and Pragmatism: Mead, Chicago Sociology, and Symbolic Interaction // Transactions of the Charles S. Peirce Society. Chicago: Univ. of Chicago press, 1980. – P. 105.

²⁶ Буровой М. Развитие американской социологии: дилеммы институционализации и профессионализации // Рубеж (альманах социальных исследований). - 1991. - № 1. - 75 с.

образования, а не пропаганды. Для описания подобной позиции может подойти высказывание У. Томаса о том, что социология должна «видеть, знать и докладывать о мире людей и вещей, вовлеченных в их опыт»²⁷. Тем самым происходит размежевание между социальными реформаторами, чье желание во многом совпадало с политизацией социологии, и академическими учеными, например, такими как Р. Парк, Э. Берджесс, У. Томас. Оппозиция социальным реформам, однако, еще не означает полного отречения от эмпирических социальных обследований. Она скорее предполагает более глубокое погружение в суть возникающих проблем и их концептуализацию. Например, когда Р. Парк и Э. Берджесс видели город как социальную лабораторию, они старались описать его формирование (карта концентрических кругов) через поведение человека, то есть его адаптацию. Эта теория предполагала, что все большие города развиваются по схожему принципу. Но к сожалению, из ее внимания выпадали социальные и политические процессы²⁸. Эта одна из немногих причин, почему теория оказалась не столько недейственной, сколько оторванной от того эмпирического материала, которым она оперировала. Скорее, теоретики стремились к утверждению социологии как автономной науки и расширению ее влияния. Во многом это проявляется в прагматической ориентации исследований, совмещенной с большим интересом к «технологической» стороне получения социологических данных.

Общая ориентация на эмпирию возвела спор о реформаторстве на новый уровень. Теория старалась избежать пути рыночного исследования, в то время, когда профессиональная деятельность социологов, с оглядкой на теорию, стремилась к предоставлению рекомендаций своим спонсорам. С распространением социальных обследований (преимущественно бизнес и политических) стала развиваться прикладная социология, которая доказывала практическую применимость общественной науки. Так продолжалось вплоть

²⁷ Цит. по Барзгова Е.С. Американская социология (традиции и современность). Курс лекций. Екатеринбург — Бишкек, 1997. С. 45.

²⁸ Буровой М. Развитие американской социологии: дилеммы институционализации и профессионализации // Рубеж (альманах социальных исследований). - 1991. - № 1. - 78 с.

до кризиса доверия к возможностям эмпирической социологии, который развернулся к середине 40-х годов. Неспособность к анализу ситуации, сложившейся в период Великой Депрессии, побудила теоретиков переосмыслить ориентир на эмпирию²⁹. В результате чего, на основе идей европейских классиков (Э. Дюркгейм, М. Вебер и многие другие) сформировался структурный функционализм с его «большой теорией», и как его противоположность – символический интеракционизм, фокусирующийся на микросоциологическом уровне³⁰.

Все же наибольшую популярность обрел структурный функционализм. Потребность в создании общесоциологической теории носит не только теоретический, но и практический характер. Прежде всего он обусловлен началом второй мировой войны. Необходимость в социальных обследованиях была осознанна правящими кругами в связи со вступлением в вооруженный конфликт. Естественно, что в условиях идеологии демократии, столь серьезный политический шаг не мог оставаться без поддержки избирателей. Соответственно, социологический инструментарий нашел свое применение. Свое развитие он продолжил уже вынужденным к участию в социальных реформах, точно также, как и теория, объясняющая полученные данные.

С того самого момента, когда социология стала инструментом реформ, вопрос об ее общественной роли: «знание для кого?», - обрел как новый смысл, так и новую аудиторию. Социология начала восприниматься как объективная наука, способная дать актуальную информацию о текущем состоянии общества, о возникающем в нем противоречиях и настроениях. Благодаря чему, социология впервые появилась в СМИ на регулярной основе. Следствием такого интереса стала политическая ангажированность материалов, использующих социологические данные, что в свою очередь не могло игнорироваться научным сообществом.

²⁹ Барзгова Е.С. Американская социология (традиции и современность). Курс лекций. Екатеринбург — Бишкек, 1997. С. 6-7.

³⁰ Lewis D., Smith R. American Sociology and Pragmatism: Mead, Chicago Sociology, and Symbolic Interaction // Transactions of the Charles S. Peirce Society. Chicago: Univ. of Chicago press, 1980. – P. 106.

Исследовательский интерес к особенностям публикации социологической информации закономерно возник к 50-м годам прошлого столетия³¹. Объектом изучения стали «привратники медиа», контролирующие повестку дня. Исследователи рассматривали как объем научного контента в отдельных медиа, так и точность интерпретации научных отчетов. Однако основное внимание уделялось критериям (профессиональным и политическим), благодаря которым в публикациях использовались результаты того или иного исследования. В качестве примера тут можно привести исследование Д. Уайта³². В основе его исследования лежит интервью с главным редактором ежедневных газет «Chicago Tribune» и «The Chicago Sun-Times», посвященное статистике публикации результатов социологических исследований.

Как было рассмотрено в предыдущем параграфе, кризис структурного функционализма не смог предусмотреть серьезные общественные изменения в конце 60-х годов. Важно отметить, что повышенный интерес к социологическим данным снова возникает лишь в момент серьезных общественных изменений (борьба против расизма, поддержка феминизма, резолюция против войны во Вьетнаме и так далее). Социология становится своеобразным средством коммуникации: диалогом общества и власти. Соответственно, с возросшим интересом к социальному знанию растет и количество публикаций, использующих результаты социологических исследований. Однако, вместе с тем, развивается и проблема качества таких материалов. Так внимание исследователей переходило с преднамеренных манипуляций на прямую фальсификацию результатов исследований³³.

Периодом наибольшего интереса к публикации результатов социологических исследований стали 80-90 года прошлого столетия. Развернувшийся экономический кризис создал запрос на новые социальные

³¹ Weiss C., Singer E. Reporting of Social Science in the National Media. New York: Sage, 1988. – P. 12.

³² White D. «The Gatekeeper»: A Case Study in the Selection of News // Journalism Quarterly (27). – 1950. - №4. – 383-390 p.

³³ Weiss C., Singer E. Reporting of Social Science in the National Media. New York: Sage, 1988. – P. 13.

обследования, и как следствие – на обнародование и интерпретацию данных, отвечающих на актуальные проблемы (например, безработица, кредитное поведение, внутренняя миграция). Для этого времени характерно выстраивание отношений социология-журналистика. Стали подниматься вопросы качества публикаций, процесс их производства, а также институциональные ограничения. Показательными будут даже названия работ, в которых представлены исследования: «Определяя новости»³⁴, «Делая новости»³⁵, «Производство новостей»³⁶, «Новости из ниоткуда»³⁷, «Репортаж по социальным наукам в национальных СМИ»³⁸ и так далее.

Именно в такой гласности происходит переосмысление общественной роли социологии. Пожалуй, наиболее показательным примером будет обращение президента Американской Социологической Ассоциации (АСА) - Г. Ганса. «Поддержка определенных отношений с американской общественностью - это часть нашей обязанности как членов общества, и как получателей его фондов, государственных или частных, будь то оплата за обучение, зарплата, гранты или контракты»³⁹. Также поднимается тема анализа роли социологии в Америке, способы построения ее связи с общественностью и другими дисциплинами. Впервые появляется термин «публичной социологии». По сути, это послание стало призывом к новому осмыслению участия в реформах, путем присутствия в медиа-пространстве.

В дальнейшем идею «публичной социологии» популяризировал М. Буравой. Ее суть он изложил в 11 тезисах⁴⁰:

1. Движение ножниц. Стремление к публичной социологии, как и затруднение в ее реализации возникает тогда, когда социология движется влево, а мир в право. В дополнение к этому тезису, можно лишь привести

³⁴ Gans H. Deciding What's News. New York: Pantheon Books, 1979 – 393 p.

³⁵ Golding P. Elliot P. Making the News. London: Longman Group, 1979. – 241 p.

³⁶ Fishman, M. Manufacturing the news. Austin: University of Texas Press, 1980. – 180 p

³⁷ Epstein E. News from Nowhere. New York: Random House, 1983 – 321 p.

³⁸ Weiss C., Singer E. Reporting of Social Science in the National Media. New York: Sage, 1988. - 304 p.

³⁹ Gans H. Sociology in America: The Discipline and the Public // American Sociological Review - 1989. - №54. - P. 1-2.

⁴⁰ Буравой М. За публичную социологию / Под ред. Романов П., Ярская-Смирнова Е. // Общественная роль социологии. М.: «Вариант», 2008.

пример, который его иллюстрирует. Как было сказано ранее – общественный интерес к социологическим данным возникает в моменты кризиса. Для нашей страны это правило не является исключением. Так, например, проблема публикации результатов социологических исследований появляется после 1991 года, когда те становятся оружием политической борьбы⁴¹.

2. Разнообразие публичных социологий. Существует несколько видов публичных социологий, отражающих разные типы публики и разные способы доступа к ним.

3. Разделение социологического труда. Публичная социология – составная часть общего разделения труда, который включает в себя критическую, прикладную (в оригинале «policy» звучит как «политическую»⁴²) и профессиональную социологию, как своеобразное ядро всей дисциплины. Один из самых спорных тезисов. Многие теоретики ссылаются на размытое понятие «профессионального центра» науки, так как в нем не существует единой концепции (мультипарадигмальность), и как следствие – дифференциация производства нового знания, которое может стоять на стыках обозначенных категорий⁴³.

4. Уточнение внутренней сложности. Вопросы «знание для кого?» и «знание для чего?» как определяющие характер разделения труда. Если в первом параграфе эти вопросы рассматривались как вопрос об общественной роли социологии, то Буравой рассматривал их как основной фактор категоризации науки. На этой основе, чаще всего его критикуют за вольную интерпретацию слов М. Вебера. Так, например, канадский социолог А. Морроу⁴⁴ видит эту проблему в соотнесении форм социологического знания с концепцией типов рациональности. Скажем, инструментальное знание

⁴¹ Заславская Т.И. Роль социологии в преобразовании России // Российское общество на социальном изломе: Взгляд изнутри. М.: МВШСЭН. – 1997. – 289-290 с.

⁴² Burawoy M. For Public Sociology // American Sociological Review - 2005. - №70. – P. 9.

⁴³ Рогозин Д. М. Методология публичности Майкла Буравого // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2015. - №2 (110). – С. 29.

⁴⁴ Morrow R.A. Rethinking Burawoy's public sociology: A post-empiricist reconstruction // Handbook of public sociology / Ed. by V. Jeffries. – Lanham: Rowman & Littlefield, 2009. – P. 55.

соотносится с целерациональным, а рефлексивное с ценностно-рациональным. Согласно предложенному делению, в профессиональной социологии превалирует инструментальное или целерациональное знание. А нормативный элемент в виде этики (ценностно-рациональное), определяющий академический дискурс и получение тех самых знаний, в нем по идее существовать не должен, так как это критическая социология. Где начинается грань одной категории и заканчивается другой?

5. Положение социолога. Важно не упускать из виду то, что это деление присуще науке, а не самим социологам.

6. Нормативная модель и ее патологии. Востребованность социологии – результат взаимозависимости всех 4-х элементов. Патологией же будет являться дисбаланс и типизация, ориентированная на одну категорию. Например, патология критической социологии – догматизм, а публичной – популизм.

7. Дисциплина как поле власти. В результате дифференциации социологии доминирует один тип знания – либо инструментальное, либо рефлексивное.

8. История и иерархия. В США во главе с инструментальным знанием доминирует профессиональная социология. Публичная социология нуждается в институализации, так как ее развитие ограничено (что является патологией) полями власти других, уже институализированных категорий.

9. Провинциализация американской социологии. Такая дифференциация внутри науки – результат ее национализации. Нужно переосмыслить не только его, но и глобальное разделение труда.

10. Разделяя дисциплины. Социальные науки отличаются от гуманитарных и естественных наук тем, что они объединяют как инструментальные, так и рефлексивные знания. Объединения, заключенные в комбинации, могут меняться и как следствие предоставлять различные возможности для публичных и политических вмешательств.

11. Социолог как приверженец. Точка отсчета социологии – это гражданское общество и защита общественного. Она изучает явления с позиции социума. В дополнение к тезису, хочется обратить внимание на его реализацию. Могут возникать достаточно большие трудности. Например, согласно «спиралям молчания» Э. Нойман⁴⁵, та общественная формация, с позиции которой идет изучение, может оказаться в меньшинстве. И всякое проявление общественного мнения для нее будет расцениваться как угроза возмездия или изоляции. И о какой защите в таком случае может идти речь? Аналогично нельзя оставить без внимания положения о гражданском обществе. Совместно со стремлением институализировать реформаторскую деятельность публичной социологии, она, сама того не собираясь, рискует стать слишком политизированной и ненаучной⁴⁶.

В заключение первой главы, хотелось бы уточнить, что проект «публичной социологии» видится одним из многих ответов на вопрос об общественной миссии социологии. «Проблема, поставленная Буравым, представляет собой версию "старой песни о главном"»⁴⁷. Возникнув в 80-е, он пережил существенную трансформацию, чтобы быть актуальным и после 2000-х. До нашей же страны он добрался относительно недавно. Однако, стоит отметить, что глобально, он не модифицировался. Как 30 лет назад, так и сейчас – это спор о вовлеченности социологии в политику или политики в социологию. По этой причине мы отстранимся от рассмотрения дальнейшей дискуссии и обозначим теоретические рамки исследования, заключающиеся в особенностях интеграции социологической информации в состав массовой.

⁴⁵ Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем. / Общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С. — М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. — 352 с.

⁴⁶ Morrow R.A. Rethinking Burawoy's public sociology: A post-empiricist reconstruction // Handbook of public sociology / Ed. by V. Jeffries. – Lanham: Rowman & Littlefield, 2009. – P. 47.

⁴⁷ Подвойский Д. Г. «Публичная социология» в прошлом и настоящем: уточнение координат // Социологические исследования. - 2009. - №5. - С. 15.

Глава 2. Особенности интеграции социологической информации в состав массовой информации

2.1. Проблемы публикации социологических данных

Соглашаться с делением социологии, предложенным М. Буравым, или нет – проблема, связанная с моральной дилеммой. Сама по себе наука – это инструмент, она может обладать публичностью, но не быть публичной. Публичным может быть ученый. Вопрос в том, на сколько научна та или иная деятельность, в которой он задействован. Концепция «публичной социологии» во многом является спорной, а некоторые из положений кажутся не столько противоречивыми, сколько наивными. Однако эта идея стала олицетворением проблем, существующих в научных отношениях. Условно говоря, если в силу объективных обстоятельств плоды социологического труда стали востребованными общественностью, то заботой социолога стало этими трудами никому не навредить, в том числе и самой социологии. По этой причине активное вмешательство в медиа-сферу не только легитимно, но и необходимо.

Социологическое знание, как и любое научное, пассивно и в целом востребовано обществом далеко не в полной мере. Однако, та его часть, которая способна ответить на существующий запрос, попадает в СМИ и формирует образ всей науки. Социология приобретает публичность, когда: «ее результаты становятся достоянием массового сознания через газеты, радио, телевидение, когда данные исследований сообщаются, интерпретируются и предлагаются аудитории для осмысления»⁴⁸. Соответственно, публичность науке придает тот, кто знакомит свою аудиторию с тем знанием, которая она предлагает. При освещении социологии в медиа – это журналист. По этой причине необходимо изучить особенности его работы с результатами исследований.

⁴⁸ Тощенко Ж.Т., Романовский Н.В. Публичная или профессиональная публичная социология? // Социологические исследования. - 2009. - №4. - С. 23.

Проблема обнародования любого рода научной информации для широкой аудитории во многом связана с различием природы научной и массовой информации⁴⁹. Впервые эту проблему озвучил в 1965 году П. Сорокин⁵⁰. Выступая с докладом в качестве президента АСА, он обратил внимание на опасность произвольного использования фактов и частных теорий, что в свою очередь потворствует «псевдонаучному невежеству», а не научной истине. В этой стезе любая из наук предстает полу-наукой, которая способна дать не только правду, но и полуправду, лже-правду и же просто заблуждение. На сегодняшний день эта проблема носит название «некорректного обращения с данными».

Наиболее детальное описание некорректного обращения дала И. А. Бутенко⁵¹, разводя понятия фальсификации, спекуляции и манипуляции. Под фальсификацией понимается ложь, обман, имитация научной обоснованности. По сути это прямая подмена фактов, заключающаяся в искажении самих данных. К фальсификации можно отнести, например, изменение формулировок вопросов и ответов, выборки или же самих результатов исследования. Манипуляция – это намеренное использование данных в угоду цели, отличной от поиска истины. Другими словами, под манипуляцией понимается подгонка фактов под определенную теорию. Спекуляция – это частный случай манипуляции, операционализируется как вывод без обращения к опыту. Иначе говоря, это приписывание данным того, чего в них нет, не свойственного им значения. Под спекуляцией можно понимать, например, вывод о частном, без упоминания общего, обоснование из несуществующих данных, оценочные суждения и так далее. Стоит сделать поправку на то, что некорректное обращение с данными свойственно как журналистам, так и социологам. Скажем, манипулировать можно на любом из

⁴⁹ Зурабишвили Т. Социология и пресса: типичные неточности при публикации результатов социологических исследований в СМИ и их причины //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2002. – №3. – 39 с.

⁵⁰ Сорокин П.А. Социология вчера, сегодня и завтра // Социологические исследования. - 1999. - № 7. – С. 118

⁵¹ Бутенко И. А. Какого обращения заслуживают социологические данные? //Социологические исследования. – 2002. – №. 1. – 122-130 с.

этапов исследования, обращаясь к заведомо неподходящим единицам анализа или при формировании выборки. Однако в контексте публикации социологической информации, речь идет только о результатах исследований, которые используются журналистом. И обобщающим понятием тут будет фальсификация. Условно говоря, манипулировать и спекулировать можно как фальсифицированной информацией, так и нефальсифицированной. Теоретическое изучение вопроса в первой главе показало, что этот выбор остается за теми, кто использует эту информацию. Социологу же остается лишь указать на то, что данные исследования используются некорректно, вне зависимости от того, умышленно они искажались или нет. Важно отметить, что наш исследовательский интерес ограничивается особенностями публикации данных, а не характером их использования. По этой причине основное внимание будет сосредоточено на тех из них, что можно зафиксировать эмпирически.

Аналогично противопоставлению научной и массовой информации разнятся требования социологии и журналистики в обращении с социологическими данными. Если со стороны социологии – это репрезентативность, надежность и валидность, то со стороны журналистики – это актуальность и оперативность⁵². Стремление ознакомить читателей одним из первых порождает целый ряд проблем. В связи с этим прежде всего приходится говорить об условиях работы журналиста. Требования медиа-ресурса во многом диктуют, как время, так и пространство для публикации того или иного контента. Именно эти ограничения определяют качество предоставления научного материала. Так, например, наиболее типичной ошибкой при публикации результатов социологических исследований является использование непроверенного источника, и как следствие непроверенных данных⁵³. Когда за основу берется материал другого СМИ,

⁵² Зурабишвили Т. Социология и пресса: типичные неточности при публикации результатов социологических исследований в СМИ и их причины //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2002. – №3. – 40 с.

⁵³ Best J. Damned lies and statistics: Untangling numbers from the media, politicians, and activists. – University of California Press, 2012. – P. 203.

велика вероятность того, что он мог сам допустить существенное искажение данных: как в интерпретации социологической информации, так и в ее изложении. Также, публикации подобного рода рискуют стать заложниками чужой политической ангажированности. Если журналисту необходимо, чтобы аудитория ресурса усвоила какие-либо взгляды, то окрашенность текстов, как и изложение научных данных не должны выражаться в грубой подмене фактов⁵⁴. По этой причине важно работать с первоначальным источником, особенно если речь идет об освещении информации научного рода.

Еще одна сложность, связанная с ограничениями во времени и пространстве, заключается в том, что журналисты достаточно часто лишены возможности рассказывать аудитории обо всех аспектах исследования. Чаще всего они вынуждены при подаче материала, с одной стороны, выбирать информацию интересную для аудитории, а с другой – наиболее актуальную. Этот аспект публикации может привести к искаженному восприятию как исследования, так и к псевдонаучному образу самой социологии. Поддержка интереса аудитории во многом сопровождается пренебрежением всякой научности. Так, например, принято говорить о погоне за сенсацией, громких заголовках, преувеличении значения отдельных фактов, выделении преимущественных показателей, эмоционально окрашенной лексики, сравнении социологических исследований с интерактивными опросами и так далее⁵⁵. И хоть характер использования социологической информации всегда будет сводиться к журналистскому видению ситуации, немаловажным моментом остается его компетентность, которая также влияет на качество представления социологии в СМИ.

Условия работы журналиста загоняют его в формальные рамки публикации, но не лишают его возможности грамотного изучения результатов исследования и их подачи. Незнание методологии сбора данных и основ

⁵⁴ Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для студентов вузов / С.Г. Корконосенко. — 2ое изд., перераб. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2009 – С. 90.

⁵⁵ Палилова И. Как СМИ представляют наши данные //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2003. – №.1 (63). – 56-60 с.

статистики определяет содержательные ошибки, содержащиеся в публикации. Только нужно помнить о том, что такое незнание может быть спровоцировано манипуляцией или спекуляцией. Наиболее подробное описание подобных особенностей дал Н. Н. Колодиев⁵⁶:

- Изменение формулировок вопросов и ответов. Как было сказано ранее, в ходе адаптации научного текста могут меняться содержательные аспекты самого исследования. Для упрощения и читаемости могут меняться как формулировка вопросов и ответов, так и их последовательность. В свою очередь такое редактирование и вырывание из контекста может существенно исказить результаты исследования.

- Удаление информации. Перевод с языка социологии обязывает к удалению информации в пользу читаемости. Только подобная корректировка достаточно часто устраняет наиболее важную информацию, такую как сведения о выборке, авторство, время и технику проведения исследования, статистическую погрешность и тому подобное.

- Пристрастие к цифрам. Обозначаемые данные в публикации могут, например, быть статистически незначимыми и по факту ничего не отражать. Однако оценочная интерпретация, как и некомпетентность могут исказить полученные результаты. Скажем, регулярна такая практика, когда журналистом суммируются отдельные деления шкалы и сводятся практически в дихотомию (например, если респондент несколько раз в месяц и реже употребляет ненормативную лексику, то он матерится на регулярной основе и никак иначе⁵⁷). После такого существенного упрощения обычно следуют «шокирующие» выводы и сенсационные заголовки. Аналогично, не редки

⁵⁶ Колодиев Н. Н. Социологическая культура журналиста //Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности: сборник статей и материалов/Под ред. В. Ф. Олешко. Екб.: УрГУ. – 2008. – 70-95 с.

⁵⁷ Meduza: ВЦИОМ: 60% россиян ругаются матом – [Электронный ресурс]. URL: https://meduza.io/news/2019/03/06/vtsiom-60-rossiyan-rugayutsya-matom?web_view=1&preload=1&audio_bridge=1&photo_view=1&can_infinite_scroll=1 (дата обращения 19.01.2020)

случаи округления полученных результатов и завышение или занижение их значимости.

- Преобразование диаграмм. Исказить исходную информацию может и неадекватный способ ее графического представления в СМИ. Иногда для удобства восприятия важны форма и дизайн, но не содержание.

Все вышеперечисленные проблемы публикации социологических данных затрудняют интеграцию социологической информации в состав массовой. Соответственно, они определяют, как качество материалов, так и образ социологии в медиа-пространстве. Чтобы обозначить степень необходимости вмешательства социолога в процесс публикации, следует обратить внимание на существующие нормы их регулирования.

2.2. Нормы регулирования социологических публикаций в СМИ

Как показала мировая практика, интерес к публикации социологических данных возникает после 50-х годов прошлого столетия. И если изначально основное внимание уделялось характеру использования данных, то в период 60-70-х оно планомерно перешло на изучение проблем грамотного освещения социологии в СМИ. Именно в этот период появляются первые попытки массового регулирования материалов, содержащих социологическую информацию.

Поскольку пресса занимает доминирующее положение в освещении результатов исследований, то западные социологи пошли по пути компромисса⁵⁸. В 1968 году Американская Ассоциация по изучению общественного мнения (AAPOR), совместно с Национальным комитетом по изучению общественного мнения, выдвинули специальные рекомендации по публикации социологических данных в медиа⁵⁹. Примечательно, что первые

⁵⁸ Noelle-Neumann E. The Public Opinion Research Correspondent // Public Opinion Quarterly. - 1980. - Vol. 44. № 4. - 585-597 p.

⁵⁹ Зурабишвили Т. Социология и пресса: типичные неточности при публикации результатов социологических исследований в СМИ и их причины //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2002. – №3. – С. 42.

шаги к сотрудничеству с журналистами были предприняты профессиональным сообществом поллстеров, которые по факту представляют собой часть прикладной социологии.

Период наибольшего академического интереса к публикации социологической информации в СМИ обозначен не только большим количеством исследований, но и созданием национальных профессионально-этических кодексов. Ряд объединений видит решение поставленных проблем путем установления специальных требований, которым должны соответствовать журналистские материалы, использующие результаты общественных обследований. Так, например, помимо американских исследователей, достаточно значимый документ в 1983 году разработало Европейское общество изучения мнения и маркетинговых исследований (ESOMAR)⁶⁰. В нем обозначены требования минимальной сопроводительной методической информации.

В зависимости от национализации этических норм меняется и степень их конкретности. Скажем, если сравнить кодекс этики AAPOR⁶¹ и «Профессиональный Кодекс Социолога»⁶², представленный Российским Обществом Социологов (РОС), то меняется как уровень ответственности за информацию, размещенную в СМИ, так и должные усилия по устранению некорректного обращения с социологическими данными. Однако понимание моральных обязательств, при распространении результатов социологического труда в медиа, начиная с 90-х переходит с национальных этических норм на международные. Со стороны прикладной социологии можно выделить кодекс Всемирной Ассоциации исследований общественного мнения (WAPOR), а со стороны академической социологии – кодекс этики Международной Социологической Ассоциации (ISA).

⁶⁰ Code and guidelines // ESOMAR - [Electronic resource]. URL: <https://www.esomar.org/what-we-do/code-guidelines> (дата обращения 20.01.2020)

⁶¹ AAPOR Code of Ethics // American Association for Republic Opinion Research - [Electronic resource]. URL: <https://www.aapor.org/Standards-Ethics/AAPOR-Code-of-Ethics.aspx> (дата обращения 20.01.2020)

⁶² Профессиональный кодекс социолога // Российское общество социологов - [Электронный ресурс]. URL: http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=84 (дата обращения 20.01.2020)

Важное значение в обозначенных кодексах этики придается не только необходимому минимуму сопроводительной методической информации, но и авторскому праву (например, ESOMAR/WAPOR). Как уже было рассмотрено ранее, основные проблемы интеграции социологической информации в состав массовой во многом искажают авторский замысел и целостность восприятия полученных данных. Требования согласовывать с автором изменения такого характера зафиксированы и в Гражданском кодексе Российской Федерации⁶³. Нормы регуляции, заключающиеся в сопроводительной методической информации также зафиксированы законодательно. Олицетворением требований этических кодексов стал 2 пункт статьи 46 федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав граждан Российской Федерации»⁶⁴. Согласно ему, при обнародовании результатов исследований, связанных с выборами и референдумами, обязательно также указание и минимальных методических данных.

Рисунок 1.



⁶³ Статья 1266. Право на неприкосновенность произведения и защита произведения от искажений. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/2e5f7a6ad08a484234d2fb2e82558971e37eac2e/ (дата обращения 20.01.2020)

⁶⁴ Статья 46. Опросы общественного мнения. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/5855150a3243ff90107d515b418b19b7f1d166a0/ (дата обращения 20.01.2020)

Примером хорошей публикации социологической информации будет являться телевизионный сюжет «Первого канала»⁶⁵, посвященный прогнозу на президентские выборы 2018 года (рисунок 1). Только эта мера распространяется на исследования, связанные с выборами и референдумами, так как те является разновидностью информирования избирателей. На этом же положении налагается ограничение в 5 дней на публикацию информации подобного рода, так как та может оказать существенное влияние на состояние массового сознания (примером такого влияния может послужить эффект «спиралей молчания» Э. Нойман⁶⁶).

Важно принять во внимание, что подобная мера регулирования актуальна лишь в период существенного общественного запроса на социологическое знание, так как оно может быть инструментом проводимых реформ. Во всех же других случаях нормы публикации ограничиваются компетентностью журналиста вкупе с его социологическим воображением. Подробно эту проблему разобрал Н. Н. Колодиев⁶⁷, разводя понятия «академической» и «практической» культуры журналиста. Характер использования социологической информации во многом зависит от целей, стоящих перед журналистом и редакцией. Если их целью является объективное и беспристрастное информирование аудитории, то журналист при написании материала ставит на первое место результаты исследования. Такая позиция соответствует академической культуре. На практике же создается обратная ситуация, когда целью становится субъективная оценка и увеличение интереса аудитории. Необходимо уточнить, что идея «социологического воображения» Ч. Миллса⁶⁸ во многом предопределяет

⁶⁵ Первый канал. ВЦИОМ опубликовал последний прогноз перед выборами-2018. Режим доступа: URL: https://www.1tv.ru/news/2018-03-12/342261-vtsiom_opublikoval_posledniy_prognoz_pered_vyborami_2018 (дата обращения 20.01.2020)

⁶⁶ Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем. / Общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С. — М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. — 352 с.

⁶⁷ Колодиев Н. Н. Социологическая культура журналиста // Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности: сборник статей и материалов/Под ред. В. Ф. Олешко. Екб.: УрГУ. — 2008. — С. 80.

⁶⁸ Миллс Ч. Р. Социологическое воображение / Пер. с англ. О. А. Оберемко. М.: Издат. дом "Стратегия", 1998. — С. 264

характер использования социологического знания, компетентность и корректность в обращении с ним. В этом свете социологическое знание – это критическая интерпретация тех или иных фактов, обусловленная социологическим воображением.

На этой основе существует еще одна результативная норма налаживания интеграции социологической информации в состав массовой. Заключается она в составлении материалов при сотрудничестве журналистов с социологами — авторами исследования⁶⁹. Причем такое взаимодействие может быть, как разовым, так и на регулярной основе. Чаще всего, исследователями вопросов публикации социологических данных приводится опыт Дж. Гэллапа⁷⁰. В ходе эксперимента Институт Гэллапа заключал договор, согласно которому при публикации никакие изменения не могут быть внесены в результаты или интерпретацию результатов, полученных по итогу сводки опросов общественного мнения. Важно отметить, что среди более 100 подписавшихся газет многие обладали разной политической ориентацией. Среди них 26 классифицировали себя как республиканцев, 32 как демократов и 48 как независимых политически. Однако в течение 4 лет не было ни одного случая, когда какая-либо из подписанных редакций пыталась исказить отчеты Института, даже когда результаты сильно противоречили их собственному мнению. Стоит добавить, что такое сотрудничество рискует пойти по пути рыночного исследования и политизации, если оно не спонсируется извне.

Подводя итоги второй главы, хотелось бы отметить, что выделенные особенности интеграции социологической информации во многом определяют качество ее освещения. В свою очередь это обстоятельство, как и характер использования данных, способствует формированию определенного образа всей социологической науки в глазах широкой аудитории.

⁶⁹ Зурабишвили Т. Социология и пресса: типичные неточности при публикации результатов социологических исследований в СМИ и их причины //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2002. – №3. – С. 42.

⁷⁰ Гэллап Дж. Рэй С. Ф. Пульс демократии. Как работают опросы общественного мнения / Гэллап Дж., Рэй С. Ф.; под ред. Н. П. Попова, А. В. Кулешовой; пер. с англ. В. Л. Силаевой. – М.: ВЦИОМ, 2017. – С. 107-108.

Глава 3. Современная практика использования социологической информации в СМИ (по результатам контент-анализа прессы)

3.1 Основные тематические направления публикаций

Как было обозначено в первой главе, презентация социологической информации широким слоям населения перестала быть простой прерогативой к середине 20 века. Она приобрела статус «необходимой» как только начала участвовать в реформаторской деятельности, как только на нее сформировался общественный запрос и интерес со стороны СМИ, как только она стала инструментом политики. Возникшие условия продиктовали поле новых возможностей, но также и существенные ограничения для их реализации. Говоря про ограничения, мы рассмотрели особенности интеграции социологической информации в состав массовой. Социология, обретая новую аудиторию, взяла на себя новые обязательства публично-прикладного характера. Условно говоря, в этот момент молодая наука в глазах общественности приобретает «лицо». При чем процесс его формирования во многом опосредован теми, кто стремится популяризировать науку и определяет качество ее представления на просторах медиа.

Соответственно, чтобы характеризовать особенности освещения социологической информации в СМИ, помимо сложностей интеграции необходимо изучить также и современную практику ее использования. Для этого нами был проведен контент-анализ ежедневных печатных газет, распространяющихся на территории большинства субъектов РФ. Выбор данной методики, с одной стороны, позволяет оценить полноту описания результатов исследований, их тематику. С другой стороны, он открывает возможность охватить достаточно большой массив данных, что в свою очередь обеспечивает статистическую значимость полученных результатов, их репрезентативность.

Обоснованием выборки послужили значимые с точки зрения исследования критерии. Прежде всего, речь идет об основных ограничениях, вызванных требованиями к работе журналиста (подробно разобраны в первом

параграфе второй главы). В условиях ежедневной публикации материалов достаточно жестко определено как время для написания материала, так и пространство для его публикации, что не может не отражаться на его качестве. Также значимым критерием отбора послужила широта охватываемой аудитории и основных направлений публикаций, характерных для той или иной газеты.

В выборочную совокупность вошли тексты 7 периодических изданий (перечислены в таблице 1), которые так или иначе посвящались презентации результатов социологических исследований. Материалы, представляющие собой сравнение результатов (рейтингов, тенденций) различных исследовательских организаций, материалы, косвенно упоминающие проведенные исследования или же вовсе направленные на социологическое просвещение аудитории (например, обсуждение той или иной методики) нами не учитывались. Подобный отбор позволяет говорить о качественной однородности анализируемых документов.

Таблица 1.

Выборочная совокупность

Издание	Всего публикаций	
	Абсолютные частоты	Относительные частоты, %
Российская газета	23	17,7
Известия	13	10,0
Ведомости	9	6,9
Коммерсантъ	22	16,9
РБК	23	17,7
Московский комсомолец	17	13,1
Независимая газета	23	17,7
Итого	130	100

В итоге было отобрано и проанализировано 130 текстов, вышедших на страницы полос в 2019 году. Полученные данные позволили делать выводы по каждому печатному изданию в отдельности и оценивать намеченные тенденции для всего массива.

Чаще всего, социологическую информацию используют в общественно-политических изданиях «Российская газета» (23), «Коммерсантъ» (22), «Независимая газета» (23). Тем не менее, в деловом издании «РБК» (23) она тоже присутствует, в отличие от «Ведомостей» (9). Еще одним явным аутсайдером является новостной ресурс «Известия» (13).

Однако стилистический формат еще не отражает основные тематические направления, в контексте которых используются результаты исследований. Для того, чтобы их обозначить нами применялось латентное кодирование, результаты которого зафиксированы в таблице 2.

Таблица 2.

Тематика публикаций

Единицы анализа	Абсолютные частоты	Относительные частоты, %
Общественно-политические настроения	42	32,3
Международная ситуация	14	10,8
Электоральные процессы	18	13,8
Досуг	12	9,2
Экономическая ситуация	31	23,8
Здоровье	7	5,4
Другое	6	4,6
Итого	130	100

Практически каждая третья публикация, среди которых представлена социологическая информация, посвящена теме общественно-политических настроений (32,3%). Чуть менее популярным оказалось освещение отношений к экономической ситуации (23,8%). Другими темами, к которым так или иначе проявлялся интерес оказались электоральные процессы (13,8%), международная ситуация (10,8%) и вопросы досуга (9,2%). Реже всего можно встретить материалы, посвященные категории здоровья (5,4%) и иным тематикам (4,6%). К последним, например, относились тексты, раскрывающие социальный портрет «современного отца», «идеального соседа» или же вовсе «как часто россияне ругаются матом». Тут важно отметить – социология в

ежедневных печатных изданиях представлена прежде всего в политическом амплуа. Более половины материалов знакомят свою аудиторию с результатами исследований политических настроений, будь то международная ситуация, электоральные процессы или общественно-политические установки по какой-либо проблеме. Такая тенденция является во многом показательной. Во всяком случае по отношению к заинтересованности печатных изданий в использовании вполне определенных социологических данных. Исходя из этого нарождается вопрос о качестве представления результатов исследований, но к нему мы вернемся позже.

В свою очередь, любопытно привести результаты более детального изучения тематических направлений (таблица 3).

Таблица 3.

Распределение тематик в периодических изданиях

(данные представлены в % от общего числа публикаций издания)

	Российская газета	Известия	Ведомости	Коммерсантъ	РБК	Московский комсомолец	Независимая газета
Общественно-политические настроения	34,8	15,4	33,3	27,3	43,5	47,1	21,7
Международная ситуация	17,4	23,1	0,0	4,5	13,0	5,9	8,7
Электоральные процессы	8,7	0,0	33,3	27,3	17,4	5,9	8,7
Досуг	17,4	23,1	22,2	9,1	0,0	5,9	0,0
Экономическая ситуация	8,7	23,1	11,1	22,7	21,7	23,5	47,8
Здоровье	0,0	7,7	0,0	4,5	4,3	5,9	13,0
Другое	13,0	7,7	0,0	4,5	0,0	5,9	0,0

При первом приближении достаточно трудно обозначить какую-либо явную закономерность. Однако если перейти на уровень более абстрактных категорий, то можно отметить, что социология в большинстве случаев воспринимается как объективная наука, способная дать актуальную информацию о текущем состоянии общества, о возникающем в нем противоречиях и настроениях.

Внимание стоит обратить на деловую газету «РБК». Основная тематика в ней представлена публикациями, которые освещают общественно-политические настроения (43,5%). Практически каждая пятая статья посвящена экономической ситуации (21,7%). Чуть меньше затронуты электоральные процессы (17,3%) и международная ситуация (13%). Наименее задействована тема здоровья (4,3%). От общего распределения по темам газета отличается условной «строгостью». В ней не приводятся материалы развлекательного характера, коими являются категории досуга (0%) и другие тематики (0%). Внесем небольшое уточнение – развлекательный характер не отменяет требования грамотной публикации научных данных. Под ним мы имеем в виду темы, которые могут нести в себе интересные для аудитории факты, данные противоречащие общим представлениям и тому подобное. Своеобразным антиподом «РБК» можно противопоставить новостное издание «Известия». В нем наряду с международной и экономической ситуациями в равной степени представлена категория досуга (по 23,1% соответственно). Также присутствует 1 текст иной тематики (7,7%). Среди абсолютных значений такая разница может показаться несущественной. Однако относительно каждого издания она демонстрирует характер использования социологической информации, его отклонение от общей тенденции. Тем не менее, выделить какой-либо типологический синдром не представляется возможным. Каждое издание имеет свое уникальное распределение по переменным. У каждого из них есть приоритетные направления, будь то экономическая ситуация, как у «Независимой газеты» (47,8%) или общественно-политические настроения как у «Московского комсомольца» (47,1%).

В связи с описанной выше ситуаций, интересным представляется изучить вклад каждого издания в определенную тематику (см. таблицу 4). Прежде всего это необходимо для того, чтобы удостовериться в отсутствии существенных перекосов в рядах данных.

Распределение периодических изданий по тематикам

(данные представлены в % от общего числа публикаций, посвященных теме)

	Российская газета	Известия	Ведомости	Коммерсантъ	РБК	Московский комсомолец	Независимая газета
Общественно-политические настроения	19,0	4,8	7,1	14,3	23,8	19,0	11,9
Международная ситуация	28,6	21,4	0,0	7,1	21,4	7,1	14,3
Электоральные процессы	11,1	0,0	16,7	33,3	22,2	5,6	11,1
Досуг	33,3	25,0	16,7	16,7	0,0	8,3	0,0
Экономическая ситуация	6,5	9,7	3,2	16,1	16,1	12,9	35,5
Здоровье	0,0	14,3	0,0	14,3	14,3	14,3	42,9
Другое	50,0	16,7	0,0	16,7	0,0	16,7	0,0

Отметим, что для каждой из тем характерно «нормальное» распределение, в котором количество материалов изданий располагаются более-менее равномерно. Незначительные перевесы в освещении тем возникают только в самых малочисленных из них. Так, например, публикации о здоровье представлены в основном «Независимой газетой» (42,9%), а другие тематики – «Российской газетой» (50%).

В общем и целом, современная практика использования социологической информации в целом соответствует теоретическому изучению этого вопроса в предыдущих главах. Только важно понимать, что деление по тематикам весьма условное. Так, материалы одного исследования могут использоваться разными изданиями в разных контекстах. Справедливости ради стоит указать на то, что таких ситуаций единицы. Тем не менее, в этом свете важным кажется изучение качества освещения той или иной темы.

3.2 Качество представления социологической информации в прессе

Участие в реформаторской деятельности вывело социологическое знание в медиапространство, сделав результаты исследований востребованными среди широких масс. Новым обязательством социологов стало этими знаниями никому не навредить, в том числе и самой социологии. Однако особенности интеграции социологической информации в состав массовой обозначили проблемы, ограничивающие это стремление. В связи с этим, мы приступаем к изучению актуальной ситуации качества отображения результатов исследований. Для этого нами было проведено манифестное кодирование. Оно предусматривает фиксацию и подсчет частоты смысловых единиц, отражающих наличие обязательной сопроводительной информации к исследованию (см. таблицу 5).

Таблица 5

Степень представленности сопроводительной информации

Единицы анализа	Абсолютные частоты	Относительные частоты, %
Название института	130	100
Время проведения	49	37,7
Техника проведения	21	16,2
Характеристики выборки	54	41,5
Оценка статистической погрешности	8	6,2
Формулировки вопросов	35	26,9
Формулировки ответов	49	37,7
Итого	130	100

Абсолютно в любом тексте можно встретить название организации, проводившей исследование (100%). Значительно реже встречаются характеристика выборки (41,5%), время проведения исследования (37,7%) и формулировка ответов (37,7%). В каждом четвертом материале представлены формулировки вопросов (26,9%). Реже всего из публикаций можно узнать о технике проведения исследования (16,2%) и оценке статистической погрешности (лишь 6,2%). И, казалось бы, полученные результаты можно объяснить тем, что в ходе адаптации научного текста удаляются наиболее

непривлекательные с точки зрения читаемости аспекты исследования⁷¹. Однако с такой позиции совершенно неочевидным оказывается тот факт, что чаще в публикациях можно встретить характеристики выборки, чем те же формулировки вопросов или ответов. А возможно, по мнению журналистов такая информация не отражает основных аспектов исследования, в особенности, когда пространство для публикации ограничено. В любом случае, выяснение причин выбора той или иной сопроводительной информации – вопрос более углубленного исследования. Мы же ограничимся наличными особенностями публикации. Исходя из этого, среди прочих причин такого распределения отметим, что оно скорее зависит от конкретных изданий (см. таблицу 6).

Таблица 6

Наличие сопроводительной информации в публикациях
(данные представлены в % от общего числа публикаций издания)

	Российская газета	Известия	Ведомости	Коммерсантъ	РБК	Московский комсомолец	Независимая газета
Название института	100	100	100	100	100	100	100
Время проведения	30,4	38,5	55,6	54,5	73,9	5,9	8,7
Техника проведения	21,7	15,4	22,2	4,5	43,5	0,0	4,3
Характеристики выборки	34,8	46,2	66,7	54,5	78,3	5,9	13,0
Оценка статистической погрешности	4,3	0,0	0,0	0,0	26,1	0,0	4,3
Формулировки вопросов	13,0	38,5	11,1	9,1	87,0	11,8	8,7
Формулировки ответов	34,8	53,8	33,3	22,7	82,6	17,6	17,4

Так, например, упоминание формулировок вопросов характерно для «РБК». В материалах этой деловой газеты 9 из 10 текстов сопровождаются их цитатами (87%). Значительно реже их можно обнаружить на страницах «Известий» (38,5%), но все же они там присутствуют. Совершенно иная

⁷¹ Аникина М.Е. Журналист и социолог: грани сотрудничества и особенности профессиональной подготовки // Вестник Московского университета. Серия 10. - 2011. - №4. - 73-74 с.

ситуация складывается относительно других ежедневных газет. В них сопровождение публикации формулировками вопросов практически не встречается. Пропорция 1 к 10 сохраняется как для «Коммерсанта» (9,1%), так и для «Ведомостей» (11,1%) с «Московским комсомольцем» (11,8%). Чуть лучше дела обстоят у «Российской газеты» (13%), чуть хуже у «Независимой газеты» (8,7%). Тут важно отметить не потенциальное «перетягивание одеяла» среди данных, а то, что у каждого издания есть своя манера письма. Скажем, читая «Коммерсантъ», шанс встретить информацию о времени проведения исследования (54,5%) значительно выше, чем при прочтении материалов «Российской газеты» (30,4%). Однако для последней характернее упоминание техники проведения (21,7%) в отличии от «Коммерсанта» (4,5%). Именно в этой манере и формируется качество освещения результатов социологических исследований.

Для того, чтобы обозначить насыщенность публикаций необходимыми сопроводительными данными, мы решили привести шкалу наименований в более упорядоченный вид. Удачное методологическое решение было позаимствовано из работы Т. Зурабишвили⁷², однако преобразовано под формат нашего исследования.

Таблица 7.

Насыщенность публикаций необходимой сопроводительной информацией

Издание	Всего публикаций	Методическая информация (данные представлены в % от количества публикаций издания)		
		Полная	Неполная	Минимальная
Российская газета	23	13,0	21,7	65,2
Известия	13	7,7	46,2	46,2
Ведомости	9	0,0	11,1	88,9
Коммерсантъ	22	4,5	40,9	54,5
РБК	23	65,2	30,4	4,3
Московский комсомолец	17	0,0	11,8	88,2
Независимая газета	23	0,0	13,0	87,0
Итого	130	15,4	25,4	59,2

⁷² Зурабишвили Т. Социология и пресса: типичные неточности при публикации результатов социологических исследований в СМИ и их причины //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2002. – №3. – 41 с.

Минимальной методической справкой об исследовании обладали те публикации, в которых встречалось не более двух единиц анализа. Например, когда текст сопровождается названием института и любой другой категорией. Неполной сопроводительной информацией считалось наличие трех-четырёх пунктов в любой вариации. Материалы, в которых представлено большинство указанных категорий (пять и более), нами расценивались как снабженные полной методической справкой. Важно отметить, что при их определении наличие или отсутствие «оценки статистической погрешности» не являлось решающим, так как эта единица встречается лишь в 6,2% публикаций (см. таблицу 5).

Как видно из данных таблицы 7 – более половины материалов сопровождаются минимальными методическими данными (59,2%). Каждая четвертая статья обладает неполной сопроводительной информацией (25,4%). Меньше всего текстов, которые полностью бы описывали все аспекты исследования (15,4%). Максимально приближенным к общему распределению оказалась общественно-политическая «Российская-газета». Похожим распределением обладают «Известия» и «Коммерсантъ», однако для них в большей степени характерно неполное сопровождение текста (46,2% и 40,9% соответственно). Среди прочих выделяется газета «РБК», ведь большая часть ее материалов (65,2%) наделена полной методической справкой. Но также, существенным отклонением от средней отличаются еще три издания, хоть и в сторону минимального освещения результатов исследований. Так, типовым распределением обладают «Ведомости» (88,9%), «Московский комсомолец» (88,2%) и «Независимая газета» (87%). Примечательно, что на страницах этих ежедневных газет шанс встретить текст, полностью описывающий методологию исследования, равен 0.

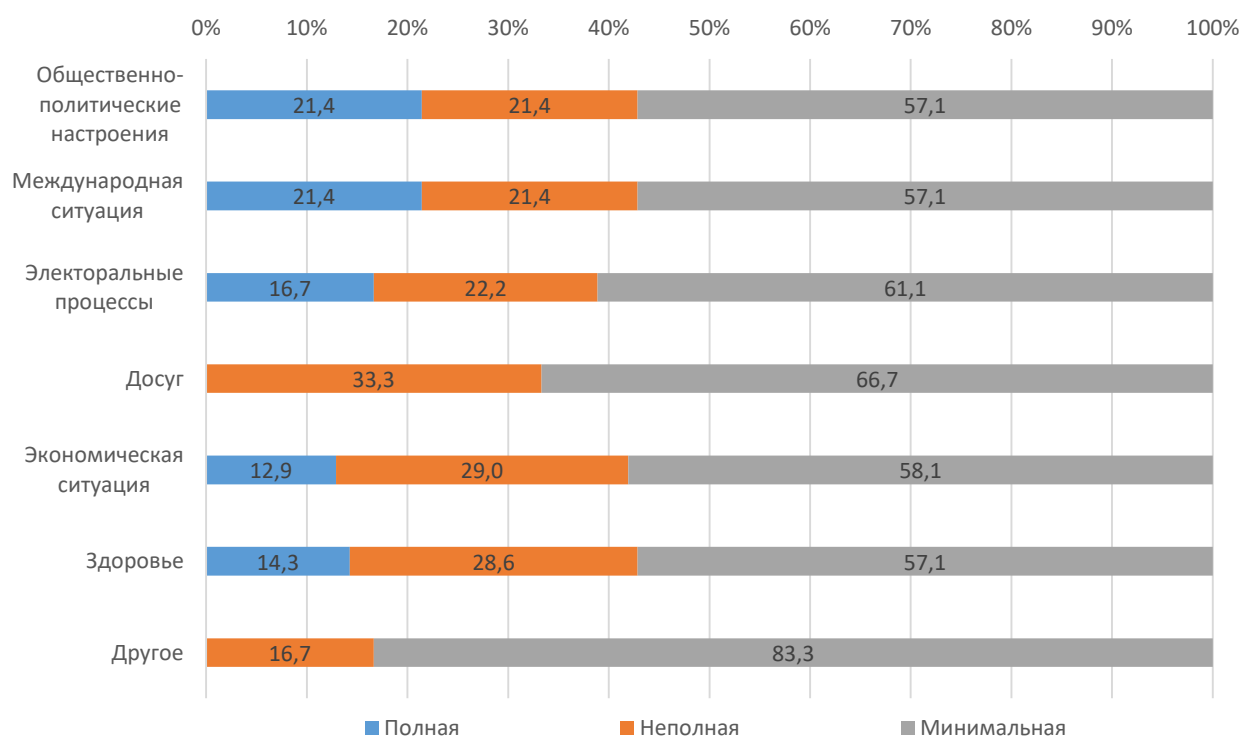
Несмотря на условия работы журналиста, которые загоняют его в формальные рамки, все же он не лишен возможности грамотного изучения результатов исследования. Даже своеобразная «манера письма», которая позволяет пренебречь некоторыми характеристиками, не ограничивает его в

правильной подаче материала. Вполне очевидно, что такие категории как «оценка статистической погрешности» или «техника проведения исследования» являются не слишком информативными для аудитории массовых изданий. Однако упущение из вида большинства других сопроводительных данных может вести к содержательным искажениям результатов исследований. Остается только вопрос – намеренно ли они упущены? К сожалению, в этом исследовании ответить на него мы можем лишь косвенным образом.

В предыдущем параграфе мы убедились, что основная тематика публикаций среди печатных изданий распределена равномерно, без значительных перекосов. По каждой из тем есть безусловные лидеры, аутсайдеры и те, кто занимает промежуточное положение. Исходя из этого, логичным будет предположение того, что наличие сопроводительной информации в целом может повторять свое распределение и по существующим тематикам.

Диаграмма 1.

Распределение сопроводительной информации по тематикам
(данные представлены в % от общего числа публикаций, посвященных теме)



Как показала практика – не все так однозначно (диаграмма 1). Наиболее приближенными к общему распределению темами оказались «электоральные процессы», «экономическая ситуация» и «здоровье». Так, например, в последней из них незначительным отклонением от среднего (см. таблицу 7) обладают публикации с полной методической справкой (14,3% против 15,4% от общего). Однако они компенсируются наличием неполной сопроводительной информацией (28,5% против 25,4% от общего). Конечно, можно заметить, что «здоровье» освещается чуть лучше, чем «экономическая ситуация», но в данном случае количественная разница не слишком отображает качественную. На фоне этих тем выделяется освещение «общественно-политических настроений» и «международной ситуации». В них в равной степени представлены как статьи, рассказывающие о всех аспектах исследования, так и тексты, снабженные неполной методической справкой (по 21,4% соответственно). Эта тенденция характеризуется уже более значительным отклонением от средней. В ней сопроводительная информация присутствует в большем объеме. Самым броским распределением обладают категории «досуга» и другие тематики. При чем если в случае последних, число статей с минимальным сопровождением (рекордные 83,3%) можно хоть как-то объяснить их небольшим количеством в общей сумме, то в случае «досуга» (66,7%) это вряд ли удастся сделать.

Хотелось бы обобщить, что современная практика использования социологической информации в СМИ не всегда может похвастаться высокой культурой описания результатов исследований. Лучше всего презентуются материалы, не столько требующие формальной строгости, сколько те, итоги которых не могут использоваться в качестве «сенсационных» и противоречащих общим представлениям. Если целью журналиста является беспристрастное информирование аудитории, то корректная подача научного материала вполне возможна и реализуется наиболее профессиональными СМИ.

Заключение

Как показало теоретическое изучение в первой главе – вопрос, посвященный общественной роли социологии, поднимался на протяжении всей ее истории. И если изначально практика использования социологической информации ограничивалась лишь академической аудиторией, то развитие американской эмпирической социологии предопределило ее распространение на широкие массы. Как и тогда, так и сейчас – это вопрос вовлечения политики в социологию и социологии в политику. Ангажированность материалов, использующих социологические данные, возникла совместно с их появлением в СМИ на регулярной основе. Соответственно, данное обстоятельство не могло игнорироваться научным сообществом. Изучив историю использования социологической информации, мы проследили закономерное возникновение исследовательского интереса к проблемам публикации социологических данных в СМИ. В свою очередь, это обстоятельство позволило нам перейти к рассмотрению существующих особенностей интеграции социологического знания в состав массовой информации.

Прежде всего, были систематизированы наиболее типичные ошибки при обращении с результатами социологических исследований. Среди прочих были отмечены те, что диктовались требованиями к работе журналиста. В дальнейшем они стали одним из критериев при построении выборочной совокупности для контент-анализа. Решению же возникающих проблем должны способствовать нормы регулирования подобных публикаций в СМИ. Однако, как показала практика – их работоспособность остается под вопросом.

На примере контент-анализа ежедневных печатных изданий мы смогли оценить, как качество существующих публикаций, так и основные тематические направления, в контексте которых задействуются результаты социологических исследований. Тексты в наибольшей степени представлены политической повесткой (общественно-политические настроения, международная ситуация, электоральные процессы), что соответствует

теоретическому изучению вопроса. При чем в каждой из газет преобладает та или иная тематика, но на фоне общего распределения эта особенность нивелируется. Чего нельзя сказать о качестве презентации социологической информации. Она определяется каждым изданием самостоятельно. Так, 3-е из 7 ежедневников зарекомендовали себя не с лучшей стороны. Однако наряду с ними существуют и те, что освещают результаты исследований в большем объеме. Исходя из этой ситуации можно предположить, что качество освещения каждой из тем представлено в равной степени. Как показало практическое изучение вопроса – это не так. Лучше всего презентуются исследования, результатами которых не имеет смысла манипулировать (сенсационные заголовки, громкие новости, политическая ангажированность и тому подобное). В этом определяется специфика использования социологических данных.

Список использованной литературы

1. Аникина М.Е. Журналист и социолог: грани сотрудничества и особенности профессиональной подготовки // Вестник Московского университета. Серия 10. - 2011. - №4. - 69-79 с.
2. Баразгова Е. С. Американская социология: Традиции и современность: курс лекций / Е. С. Баразгова. – Екб., Бишкек: Деловая книга, 1997. – 176 с.
3. Буравой М. За публичную социологию / Под ред. Романов П., Ярская-Смирнова Е. // Общественная роль социологии. М.: «Вариант», 2008. – 5-58 с.
4. Буровой М. Развитие американской социологии: дилеммы институционализации и профессионализации // Рубеж (альманах социальных исследований). - 1991. - № 1. - 74-95 с.
5. Бутенко И. А. Какого обращения заслуживают социологические данные? //Социологические исследования. – 2002. – №. 1. – 122-130 с.
6. Вебер М. Смысл "свободы от оценки" в социологической и экономической науке; Наука как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. – 547-561 с.
7. Гоулднер А. У. Наступающий кризис западной социологии. СПб.: Наука, 2003. – 577 с.
8. Гэллап Дж. Рэй С. Ф. Пульс демократии. Как работают опросы общественного мнения / Гэллап Дж., Рэй С. Ф.; под ред. Н. П. Попова, А. В. Кулешовой; пер. с англ. В. Л. Силаевой. – М.: ВЦИОМ, 2017. – 256 с.
9. Заславская Т.И. Роль социологии в преобразовании России // Российское общество на социальном изломе: взгляд изнутри. М.: МВШСЭН. - 1997. - 298 с.
10. Зурабишвили Т. Социология и пресса: типичные неточности при публикации результатов социологических исследований в СМИ и их причины //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2002. – №3. – 39-43 с.
11. Колодиев Н. Н. Социологическая культура журналиста //Профессиональная культура журналиста как фактор информационной

- безопасности: сборник статей и материалов/Под ред. В. Ф. Олешко. Екб.: УрГУ. – 2008. – 70-95 с.
12. Кон И.С. (ред.) История буржуазной социологии XIX — начала XX века. М.: Наука, 1979. — 344 с.
13. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для студентов вузов / С.Г. Корконосенко. — 2ое изд., перераб. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2009 — 320 с.
14. Миллс Ч. Р. Социологическое воображение / Пер. с англ. О. А. Оберемко под ред. Г.С. Батыгина. М.: Стратегия, 1998. – 261с.
15. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем. / Общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С. — М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. — 352 с.
16. Открытое мнение: Образ социологии в СМИ – [Электронный ресурс]. URL: https://openopinion.ru/obraz_sociologii_v_smi (дата обращения 10.05.2020)
17. Палилова И. Как СМИ представляют наши данные //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2003. – №.1 (63). – 56-60 с.
18. Первый канал. ВЦИОМ опубликовал последний прогноз перед выборами-2018. Режим доступа: URL: https://www.1tv.ru/news/2018-03-12/342261-vtsiom_opublikoval_posledniy_prognoz_pered_vyborami_2018 (дата обращения 20.01.2020)
19. Подвойский Д. Г. «Публичная социология» в прошлом и настоящем: уточнение координат // Социологические исследования. - 2009. - №5. - 13-23 с.
20. Подвойский Д. Г. О предпосылках и истоках рождения социологической науки // Социологические исследования. - 2005. - №7. – 3-12 с.
21. Профессиональный кодекс социолога // Российское общество социологов - [Электронный ресурс]. URL: http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=84 (дата обращения 20.01.2020)

22. Рогозин Д. М. Методология публичности Майкла Буравого // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2015. - №2 (110). – 22-31 с.
23. Сорокин П.А. Социология вчера, сегодня и завтра // Социологические исследования. - 1999. - № 7. – 115-124 с.
24. Статья 1266. Право на неприкосновенность произведения и защита произведения от искажений. Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/2e5f7a6ad08a484234d2fb2e82558971e37eac2e/ (дата обращения 20.01.2020)
25. Статья 46. Опросы общественного мнения. Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/5855150a3243ff90107d515b418b19b7f1d166a0/ (дата обращения 20.01.2020)
26. Тощенко Ж.Т., Романовский Н.В. Публичная или профессиональная публичная социология? // Социологические исследования. - 2009. - №4. – 20-30 с.
27. Хоркхаймер М. Затмение разума. К критике инструментального разума / Макс Хоркхаймер. — М.: «Канон+», 2011. — 224 с.
28. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. М.-СПб.: Медиум, Ювента, 1997. – 312 с.
29. Цыбикова Д.Г. Социологическая информация в СМИ // Профессиональная культура российской интеллигенции. - М.: РГГУ, 2017 - 326-332 с.
30. AAPOR Code of Ethics // American Association for Republic Opinion Research - [Electronic resource]. URL: <https://www.aapor.org/Standards-Ethics/AAPOR-Code-of-Ethics.aspx> (дата обращения 20.01.2020)
31. Best J. Damned lies and statistics: Untangling numbers from the media, politicians, and activists. – University of California Press, 2012. – 224 p.
32. Burawoy M. For Public Sociology // American Sociological Review - 2005. - №70. – 4-28 p.

33. Code and guidelines // ESOMAR - [Electronic resource]. URL: <https://www.esomar.org/what-we-do/code-guidelines> (дата обращения 20.01.2020)
34. Epstein E. News from Nowhere. New York: Random House, 1983 – 321 p.
35. Fishman, M. Manufacturing the news. Austin: University of Texas Press, 1980. – 180 p.
36. Gans H. Deciding What's News. New York: Pantheon Books, 1979 – 393 p.
37. Gans H. Sociology in America: The Discipline and the Public // American Sociological Review - 1989. - №54. – 1-16 p.
38. Golding P. Elliot P. Making the News. London: Longman Group, 1979. – 241 p.
39. Lewis D., Smith R. American Sociology and Pragmatism: Mead, Chicago Sociology, and Symbolic Interaction // Transactions of the Charles S. Peirce Society. Chicago: Univ. of Chicago press, 1980. – 356 p.
40. Meduza: ВЦИОМ: 60% россиян ругаются матом – [Электронный ресурс]. URL: https://meduza.io/news/2019/03/06/vtsiom-60-rossiyan-rugayutsya-matom?web_view=1&preload=1&audio_bridge=1&photo_view=1&can_infinite_scroll=1 (дата обращения 19.01.2020)
41. Morrow R.A. Rethinking Burawoy's public sociology: A post-empiricist reconstruction // Handbook of public sociology / Ed. by V. Jeffries. – Lanham: Rowman & Littlefield, 2009. – 47-70 p.
42. Noelle-Neumann E. The Public Opinion Research Correspondent // Public Opinion Quarterly. - 1980. - Vol. 44. № 4. - 585-597 p.
43. Weiss C., Singer E. Reporting of Social Science in the National Media. New York: Sage, 1988. – 304 p.
44. White D. «The Gatekeeper»: A Case Study in the Selection of News // Journalism Quarterly (27). – 1950. - №4. – 383-390 p.

Приложение

Список статей, отобранных для контент-анализа

1. Ностальгия по невозвратному (Российская газета - Федеральный выпуск № 16(7774))
2. Не ждут потрясений (Российская газета - Федеральный выпуск № 22(7780))
3. Спасти мир (Российская газета - Федеральный выпуск № 24(7782))
4. «В этом наше спасение» (Российская газета - Федеральный выпуск № 63(7821))
5. Смотрят в Интернете, но ТВ (Российская газета - Федеральный выпуск № 48(7806))
6. Занавес поднимается (Российская газета - Федеральный выпуск № 75(7833))
7. Испанцы больше не бояться (Российская газета - Федеральный выпуск № 89(7847))
8. Перехитрить цены (Российская газета - Федеральный выпуск № 93(7851))
9. Место храма изменить можно (Российская газета - Федеральный выпуск № 110(7868))
10. Смена фокуса (Российская газета - Федеральный выпуск № 113(7871))
11. Конец главы? (Российская газета - Федеральный выпуск № 129(7887))
12. Хлеб, соль и дрель (Российская газета – Федеральный выпуск № 133(7891))
13. Запрос на перемены (Российская газета - Федеральный выпуск № 145(7903))
14. Ностальгия по СССР (Российская газета - Федеральный выпуск № 169(7927))
15. Женское это дело (Российская газета - Федеральный выпуск № 207(7965))
16. Как он провел этим летом (Российская газета - Федеральный выпуск № 214(7972))
17. Побеждает страх (Российская газета - Федеральный выпуск № 230(7988))
18. Молодежь ощущает (Российская газета - Федеральный выпуск № 247(8005))

19. Папа онлайн (Российская газета - Федеральный выпуск № 251(8009))
20. Двоек.NET (Российская газета - Федеральный выпуск № 254(8012))
21. Гражданские права выросли в цене (Российская газета - Федеральный выпуск № 276(8034))
22. Включил, увидел, убедил (Российская газета - Федеральный выпуск № 289(8047))
23. Камень, ножницы, бумага (Российская газета - Федеральный выпуск № 294(8052))
24. Обошли вирус (Известия - №40 (30272))
25. Одни старики (Известия - №82 (30314))
26. Россия для подражания (Известия - №114 (30346))
27. Сериальные будни (Известия - №119 (30349))
28. За независимость (Известия - №123 (30353))
29. И в восхитительных штанах (Известия - №123 (30353))
30. Все в дом (Известия - №139 (30369))
31. «Не трагедия, а фарс» (Известия - №144 (30374))
32. Не приходя в здание (Известия - №147 (30377))
33. Холодный учет (Известия - №190 (30420))
34. Отвечай и властвуй (Известия - №200 (30430))
35. Берлинский синдром (Известия - №211 (30441))
36. Ищи меня в клубе (Известия - №239 (30469))
37. Выключая телевизор (Ведомости - №17 (4744))
38. Надо ли верить соцопросам (Ведомости - №25 (4752))
39. Почему «столетний путинизм» хрупок (Ведомости - №27 (4754))
40. Системная проблема холодильника (Ведомости - №37 (4764))
41. Женщина-президент в прошлом и будущем (Ведомости - №44 (4771))
42. Чиновники без страха и упрека (Ведомости - №66 (4793))
43. Настоящее без будущего (Ведомости - № 178 (4905))
44. Праздник, которого нет (Ведомости - № 209 (4936))
45. Права для мегаполиса и села (Ведомости - № 219 (4946))

46. Россияне поверили в интернет и неформальные медиа (Коммерсантъ - № 12 (6492))
47. За бедностью следует коррупция (Коммерсантъ - № 35 (6515))
48. Граждане не готовы переступить границу (Коммерсантъ - № 19/П (6499))
49. Граждане хотят объединяться ради общей идеи (Коммерсантъ - № 25 (6505))
50. Комиссии оставят без бонусов (Коммерсантъ - № 37 (6517))
51. Новую войну в Европе стало видно на радаре (Коммерсантъ - № 24/П (6504))
52. Россияне остались без общих ценностей (Коммерсантъ - № 53 (6533))
53. У врио губернаторов замерили разницу с потенциалом (Коммерсантъ - № 69 (6549))
54. Ремень для особых случаев (Коммерсантъ - № 73 (6553))
55. К пыткам испытывают двойственные чувства (Коммерсантъ - № 109 (6589))
56. Россиянам не до игр (Коммерсантъ - № 148 (6628))
57. К самозанятым отнесли каждого четвертого работника (Коммерсантъ - № 155 (6635))
58. Зарплата просит удвоения (Коммерсантъ № 142/П (6622))
59. А вас я попрошу избраться (Коммерсантъ - № 192/П (6672))
60. Будущее «Единой России» под опросом (Коммерсантъ - № 214 (6694))
61. Выборы не заходят в код (Коммерсантъ - № 206/П (6686))
62. В России растет спрос на гражданские права (Коммерсантъ - № 213 (6693))
63. «Единой России» посоветовали теснее взаимодействовать с населением (Коммерсантъ - № 213 (6693))
64. ФОМ выявил сахар в крови у всех (Коммерсантъ - № 209 (6689))
65. Беспокоиться не о чем (Коммерсантъ - № 221/П (6701))
66. Россиянам отбили желание митинговать (Коммерсантъ - № 221/П (6701))
67. Россиян портит коммунальный вопрос (Коммерсантъ - № 227 (6707))
68. Россияне проголосовали за президента Венесуэлы (РБК - № 005 (2960))

69. Клиенты сохраняют недоверие (РБК - № 014 (2969))
70. Борьба с неуважением наткнулась на непонимание (РБК - № 045 (3000))
71. Россияне и украинцы готовятся к войне (РБК - № 054 (3009))
72. Россияне не сочли работу за труд (РБК - № 063 (3018))
73. Доходы не позволяют наполнить кубышки (РБК - № 065 (3020))
74. Радужный настрой (РБК - № 070 (3025))
75. Дальний Восток все дальше от власти (РБК - № 074 (3029))
76. Москвичи между парковками и штрафами (РБК - № 075 (3030))
77. Сергей Собянин идет против отношения к власти (РБК - № 076 (3031))
78. Россияне не хотят закладываться на старость (РБК - № 081 (3036))
79. Россияне считают полицию фабрикой улик (РБК - № 102 (3057))
80. Эхо чернобыльского взрыва затихло до минимума (РБК - № 108 (3063))
81. Под влиянием протестов (РБК - № 122 (3077))
82. Хозяйственный, самостоятельный, без убеждений (РБК - № 127 (3082))
83. Опрос по горящим следам (РБК - № 132 (3087))
84. Субъективная бедность опередила прожиточный минимум (РБК - № 149 (3104))
85. Владимир Зеленский одержал первую победу на российском фронте (РБК - № 160 (3115))
86. Соглашение на казнь (РБК - № 176 (3131))
87. Россияне одобрили сменный график для партии власти (РБК - № 186 (3141))
88. Каждый второй готов к борьбе с запретами (РБК - № 194 (3149))
89. Две трети россиян ждут конституционных перемен (РБК - № 199 (3154))
90. Пациенты ставят врачам неутешительный диагноз (РБК - № 201 (3159))
91. Социальный контракт общества с властью подходит к концу: что дальше (Московский комсомолец - №27884)
92. Путин есть, а счастья нет: Россия столкнулась с новой реальностью (Московский комсомолец - №27894)

93. Число готовых эмигрировать молодых американцев превысило число таких россиян (Московский комсомолец - №27896)
94. Политолог Мухин назвал ненависть народа к чиновникам «результатом кампании СМИ» (Московский комсомолец - №27902)
95. Цифра (Московский комсомолец - №27911)
96. Почему молодежь боится идти в бизнес: странные итоги опроса ВЦИОМа (Московский комсомолец - №27913)
97. Россияне массово переходят на самолечение: чем это опасно (Московский комсомолец - №27921)
98. Россияне стали в два раза чаще ходить в театры (Московский комсомолец - №27937)
99. Большинство россиян выразили свое неуважение к власти: кто кого боится (Московский комсомолец - №27947)
100. Россиян перестали радовать аресты чиновников (Московский комсомолец - №27968)
101. Жители Екатеринбурга не против храма, но не в сквере (Московский комсомолец - №27978)
102. Четырехдневная рабочая неделя увеличит бедность россиян (Московский комсомолец - №28005)
103. Работа для школьника: как подростку не попасть в руки мошенников (Московский комсомолец - №28022)
104. К электронным паспортам доверия нет (Московский комсомолец - №28035)
105. Половина россиян готовы видеть Путина президентом после 2024 года (Московский комсомолец - №28036)
106. Москва доверяет власти (Московский комсомолец - №2804)
107. Россиян придавило долгами: стоит ли верить статистике непогашенных кредитов (Московский комсомолец - №28047)
108. Почему государство вдруг оказалось в долгу у народа (Независимая газета - № 010 (7486))

109. Более 10 миллионов россиян намерены купить автомобиль в этом году (Независимая газета - № 019 (7495))
110. По оппозиции ударили сощопросом (Независимая газета - № 042 (7518))
111. Протестанты на пороге Великой депрессии (Независимая газета - № 057 (7533))
112. Почему образ лихих 90-х все еще жив (Независимая газета - № 058 (7534))
113. Страна не вышла из кризиса (Независимая газета - № 067 (7543))
114. От экономии на еде отказались только 2% россиян (Независимая газета - № 073 (7549))
115. Транзит власти усиливает социальный пессимизм (Независимая газета - № 082 (7558))
116. Жители России чаще всего страдают от аллергии на растения – ВЦИОМ (Независимая газета - № 085 (7561))
117. Отечественное здравоохранение оторвалось от населения (Независимая газета - № 091 (7567))
118. Украинцы хотят разогнать Верховную раду (Независимая газета - № 123 (7599))
119. О четырехдневной рабочей неделе (Независимая газета - № 128 (7604))
120. Свобода для россиян стала важнее денег (Независимая газета - № 146 (7622))
121. Российским бюджетникам с коммерсантами не по пути (Независимая газета - № 167 (7643))
122. Граждане России предпочитают жить одним днем (Независимая газета - № 178 (7654))
123. Четырехдневный пряник должен развлечь население (Независимая газета - № 190 (7666))
124. Кризис в РФ продолжается, уверены две трети россиян (Независимая газета - № 201 (7677))
125. В трудной жизненной ситуации – надежда на себя (Независимая газета - № 225 (7701))

126. Россияне становятся черри-пикерами (Независимая газета - № 236 (7712))
127. Половина россиян уже стали переселенцами (Независимая газета - № 238 (7714))
128. Отношение к "Единой России" испортилось (Независимая газета - № 263 (7739))
129. Государство как "хозяин" общества (Независимая газета - № 264 (7740))
130. Власть имеет карт-бланш на пересмотр Конституции (Независимая газета - № 270 (7746))