

Особенности использования социологической информации в российских СМИ

Линева Ирина Николаевна¹, Сон Юлий Енчунович², Котелова Елена Сергеевна³, Кушук Валерия Сергеевна⁴

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия; 2 - Московский государственный университет имени

М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия; 3 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия; 4 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: i.n.lineva@gmail.com

В последнее время все чаще и чаще журналисты обращаются к данным, полученным в ходе социологического исследования. Безусловно, это можно оценить как позитивную тенденцию, ведь таким образом СМИ повышают информированность населения и способствуют лучшему пониманию обществом своей сущности, закономерностей и тенденций развития. Однако отсутствие специальной подготовки нередко приводит к тому, что журналисты некорректно представляют социологические данные, создавая у читателей неполную или полностью ложную картину мира.

Чтобы оценить особенности использования социологической информации российскими журналистами, был проведен контент-анализ материалов СМИ. Для исследования были отобраны материалы из федеральных СМИ за период с 1.07.2014 по 1.10.2014, содержащих социологическую информацию. Отбор материалов производился в системе «Интегрум». Критерием поиска стало словосочетание «социологический опрос», так как именно этот метод является самым популярным в мировой социологии. Полученный массив данных был обработан вручную; после «чистки» выборки осталось 108 материалов, которые были проанализированы по 25 категориям.

Исследование показало, что социологическая информация используется журналистами преимущественно в трех жанрах: статья (65% проанализированных материалов), информационная заметка (20%), интервью (11%); оставшиеся 4% приходятся на прочие жанры. При этом в подавляющем большинстве материалов - 61% от общего числа - социологическая информация используется в качестве аргумента суждения автора; при этом в 12% социологическая информация привлекается в качестве аргумента сторонними экспертами, привлеченными для создания материала. В 18% случаев автор материала просто информирует читателей о результатах исследования.

Что касается стратегии представления данных, то социологическая информация применяется преимущественно в пространстве экспертизы (91% материалов). Лишь в 8% проанализированных материалов журналист представляет исследовательский центр, и в 1% - науку как социальную сферу.

Отдельная группа категорий посвящена представлению данных об исследовании. Анализ показал, что подавляющее большинство авторов не указывает следующие данные:

­ время проведения исследования;

­ размер выборки, способ отбора и ее репрезентативность;

­ формулировки вопросов, тип и последовательность вопросов;

­ статистическая погрешность.

Также в 61% проанализированных документов отсутствует указание на организатора исследования. Указание же на географию проведения исследования присутствует лишь в

59% материалов.

Чаще всего журналисты совершают следующие ошибки при представлении социологической информации:

­выделение одного значения из приведенного ряда;

­отсутствие сопроводительных данных об исследовании, позволяющих читателю оценить достоверность информации;

­некорректное аргументирование своей точки зрения приведенными социологическими данными.

Безусловно, отсутствие стандарта представления социологической информации, выработанного профессиональным сообществом социологов, приводит к появлению подобных ошибок. Выработка такого стандарта, а также развитие социологической культуры журналиста позволят впредь избегать некорректного введения социологической информации в текст, искажающего реальную картину мира у аудитории СМИ.

Источники и литература

- 1) Горшков М. А., Шереги Ф. Э. Прикладная социология: методология и методы – М.: ИНФРА-М, 2009.
- 2) Зурабишвили Т. З. Социологическая информация в прессе: специфика, формы представления и способы регулирования социологических материалов: автореф. дис. канд. фил. наук: М., 1999.
- 3) Тертычный А. А. Жанры периодической печати – М.: Аспект Пресс, 2000.
- 4) Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности – М.: Добросвет, 2001.