Сергей Григорьевич Корконосенко

*Санкт-Петербургский государственный университет*

s.korkonosenko@spbu.ru

**Социальный заказ журналистике в исследовательской повестке**

В работе рассматривается социальный заказ журналистике как предметно-тематическое поле исследований. Раскрываются организация, содержание и методология проекта НИР, направленного на его изучение. Показана преемственность научной традиции СПбГУ в выполнении масштабных проектов в области журналистики.

*Ключевые слова*: журналистика, социальный заказ, исследовательская повестка, проект НИР, теоретико-методологическое обоснование.

Тема социального заказа журналистике с недавних пор прочно вошла в научный оборот. Принципиальные подходы к ее разработке были представлены в специальной публикации [1]. Появились и другие статьи, нацеленные на изучение конкретных вопросов в данном поле, и базовое понятие, в различных сочетаниях и толкованиях, вошло в названия выпускных квалификационных работ бакалавров и магистрантов. Характерно, что прошлогоднее «издание» международной конференции «Журналистика XXI века» было целиком посвящено социальному заказу, как и, соответственно, вышедший следом сборник материалов. Таким образом, на начальном этапе коллективными усилиями обеспечены как повышенное внимание к актуальному направлению исследований, так и, в потенциале, широта его охвата в предметно-содержательном отношении.

Рассуждая конструктивно, следующим шагом должна стать концентрация сил для целенаправленного и комплексного анализа социального заказа журналистике (СЗЖ). Иными словами, необходимо разработать специальную повестку дня для определенного сообщества научных сотрудников, чему оптимально соответствует проектный метод организации труда. Эти доводы побудили разработать проект НИР под названием «Социальный заказ журналистике: культурные и предметно-тематические детерминанты». Ныне он включен в число приоритетных направлений НИР ВШЖиМК СПбГУ.

Центральным объектом исследования служит СЗЖ как многомерное отражение взаимосвязей функционирования журналистики с актуализированными потребностями общества. С точки зрения научно-дисциплинарной принадлежности, проект представляет собой сочетание ряда дисциплин: социология журналистики, политология журналистики, социальная психология журналистики, культурология журналистики, история журналистики, информационное право. В этом плане инициаторы опираются на опыт своих предыдущих комплексных исследований, что проявляется и в других параметрах проекта: он рассчитан на три года (2025-2027), носит фундаментальный характер с широким использованием эмпирических процедур, для проведения которых разрабатывается оригинальный методический инструментарий, и строится как межвузовский с международным участием (С.-Петербург, Белгород, Воронеж, Минск, Москва, Чита…).

В программе исследования найдут отражение наиболее значимые характеристики СЗЖ: его измерение в культурном и политическом поле, а также в исторической ретроспекции, заказ на предметно-тематические области работы СМИ, квалификационная готовность журналиста к ответу на ожидания общественности, в том числе в региональных координатах, диалектика свободы и ответственности в актуальном социальном контексте, динамика журналистского образования и др.

В теоретико-методологическом плане главные сложности связаны с точным отграничением от других предметных областей анализа, в том числе хорошо освоенных в науке. Так, не подлежит сомнению, что достойное выполнение социального заказа предполагает повышенный уровень ответственности. Типичный путь рассуждений ведет к измерению ответственности в этических категориях и стандартах: «Ответственная журналистика начинается с непоколебимой приверженности истине. Журналисты обязаны выявлять факты, проверять источники…» [3]. Между тем, с одной стороны, «ответы на вопросы об этике медиа несут в себе неоднозначность… что делает их интересными для рассмотрения… только для каждого конкретного случая, если решение вообще возможно» [4], в то время как заказ общества звучит категорически и недвусмысленно. Значит, апелляция к корпоративной этике является по меньшей мере недостаточной, речь должна идти о гражданской зрелости журналистов. С другой стороны, императивность заказа не снимает вопрос о свободе выбора. «Социальная ответственность вовсе не исключает свободу, а предполагает ее. Образуются градации диалектических форм взаимоотношений свободы и ответственности… как “свободоответственности”» [2: 86].

Таким образом, проект изучения СЗЖ нуждается в качественно новом теоретико-методологическом обосновании, что существенно повышает его научную значимость.

*Литература*

1. Корконосенко С. Г. Понятие социального заказа в теории и практике журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2025. Т. 14, № 1. С. 5–19.
2. Омельченко С. В. Понятие «социальная ответственность» в социальной философии: поиск новых подходов // Вестник Армавирского государственного педагогического университета. 2021. № 3. С. 81–88.
3. Bellsnyder S. OPINION: Embracing responsible journalism: The pillar of a vibrant society // The Reporter Statesman. 2023. 15 June. URL: https://www.reporterstatesman.com/articles/142/view.
4. Middleton M. Social responsibility in the media. Londan: Oxford University, Center for International Media Ethics, 2009. URL: https://www.mediafutureweek.nl/wp-content/uploads/2014/05/SR\_media1.pdf.