

УДК 009

EDN [ADSHPP](#)

DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(2).278-295

Научная статья



Лидерство в гуманитарной сфере: интерес к журналистике в регионах мира в условиях «академического капитализма»

Якова Т.С. Янгляева М.М.

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Янгляева М.М., marinapavlikova@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена современной журналистике и ее месту в системе гуманитарных наук. Авторы продолжают медиагеографические исследования для слежения за общественно-политическими процессами и при помощи рангового анализа оценивают состояние современного гуманитарного знания и степень интереса мировой интернет-аудитории к журналистике. В данной статье представлены результаты анализа *big data*, извлеченных из поисковых систем *Google* и Яндекс, по темам, связанным с профессиональной деятельностью журналиста, престижем журналистского образования и журналистской работы, журналистской этикой. Авторы рассматривают эти вопросы в контексте так называемого академического капитализма, что прямым образом затрагивает такую проблему современной науки, как отстаивание прав на приоритет теоретического знания и превращение профильных факультетов в прикладные школы, высшего образования — в товар. Для более точной интерпретации полученных в результате рангового анализа данных изучались рейтинги ведущих школ журналистики и массовых коммуникаций в мире и США, а также образовательные программы вузов. По результатам анализа авторы приходят к выводу, что в целом в академическом знании и журналистике, в частности, лидирующие позиции пока сохраняются за традиционными центрами силы — США и Великобританией. В то же время ярко проявлено стремление новых региональных лидеров — Индии, Китая, ЮАР — и некоторых других стран мира поднять журналистику как профессиональную сферу и сферу образования на новый качественный уровень, что выражается в растущей динамике тематических запросов интернет-пользователей этих государств за последние 10 лет.

Ключевые слова. Гуманитарные науки, академический капитализм, журналистика, интернет, медиагеографический подход.

Финансирование. Материалы обсуждены на XXVI международной научно-практической конференции «Журналистика XXI века» (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, 18–19 ноября 2022 г.). Исследование проводится в рамках проекта СПбГУ «Профессиональная идеология журналиста». Публикация статьи профинансирована СПбГУ, приказ № 4657/1 от 26.04.2022.

Информация о статье. Дата поступления 06 февраля 2023 г.; дата поступления после доработки 06 марта 2023 г.; дата принятия к печати 03 апреля 2023 г.; дата онлайн-размещения 23 июня 2023 г.

Original article

Leadership in the Humanitarian Sphere: Interest in Journalism in the Regions of the World in Conditions of “Academic Capitalism”

Tamara S. Yakova , **Marina M. Yanglyaeva** 

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

Corresponding author: Marina M. Yanglyaeva, marinapavlikova@mail.ru

Abstract. The authors make an attempt to examine the humanitarian knowledge as a subject of interest of the global Internet audience, focusing on journalism, journalism education, journalistic work. Via rank analysis within the framework of media geographical approach the authors continue to monitor socio-political processes in the context of so-called academic capitalism, which directly affects such a problem of modern science as upholding the rights to the priority of theoretical knowledge and the transformation of specialized faculties into applied schools, higher education into a commodity. This article presents the results of the analysis of big data of Google and Yandex on topics related to the professional activities of a journalist, the prestige of journalism education and journalistic work in general, and journalistic ethics. For a more accurate interpretation of the data obtained as a result of the rank analysis, the ratings of the leading schools of journalism and mass communications in the world and the United States, as well as the educational programs of universities, were studied. The authors come to the conclusion that, in general, academic knowledge and journalism, in particular, the leading positions are still held by the traditional centers of power — the United States and Great Britain. At the same time, the desire of new regional leaders — India, China, South Africa — and some other countries of the world to raise journalism as a professional and educational field to a new qualitative level is clearly manifested, which is expressed in the growing dynamics of thematic requests of Internet users in these countries over the past 10 years.

Keywords. Humanities, academic capitalism, journalism, internet, media geographic approach.

Funding. The materials were discussed at the XXVI International Scientific and Practical Conference “Journalism of the XXI century” (St. Petersburg State University, St. Petersburg, November 18–19, 2022). The research was carried out within the framework of project St. Petersburg State University «Professional Ideology of a Journalist». The publication of the article was funded by St Petersburg University, Order No. 4657/1 dated April 26, 2022.

Article info. Received February 06, 2023; revised March 06, 2023; accepted April 03, 2023; available online June 23, 2023.

Введение

Состояние дел в сфере гуманитарно-общественных наук вот уже длительное время вызывает тревогу научного сообщества. В 2010 г. в рамках дискуссий на специально

посвященном этой теме международном коллоквиуме было заявлено о необходимости реформ в области организации изучения современного социума в условиях явного «сопротивления локального и хрупкости

глобального сознания»¹. До этого, в 1996 г., в разгар начавшихся дискуссий об информационном обществе, был опубликован специальный манифест, в котором зарубежные ученые во главе с И. Валлерстайном, проанализировав новые тенденции в социальных науках, призвали переосмыслить отношения между наукой и социумом [1]. Международное университетское сообщество активно обсуждало выводы так называемой «Комиссии Гульбенкяна»² исключительно в русле обострившихся корпоративных проблем: была официально заявлена «долгожданная и критическая позиция в отношении государственного центризма при формировании программ обучения студентов в области гуманитарных наук». Этот демарш вызвал отрицательную реакцию многих научных работников. Манифест и лично Валлерстайн подверглись суроющей критике в том отношении, что отставивание точки зрения о приоритете теоретического знания и разработки философских проблем в получении государственного финансирования науки в высшей школе, входит в противоречие с реальностью. Университетские преподаватели-практики, не отрицая полезность дискуссий о внутренней динамике учебных программ и исследований в области социальных наук, лоббировали перераспределение госфинансирования в пользу прикладных дисциплин, поскольку рынок требует специалистов конкретных профессий, а не филосо-

зов-теоретиков. «Глубокое изучение академических дисциплин уходит в прошлое. Факультеты гуманитарного профиля превращаются (сегодня) в центры по профессиональной подготовке специалистов массовых профессий или в места, где представители политических и иных элитных групп могли бы легитимно аттестоваться для получения доступа к наиболее высокооплачиваемым рабочим местам. <...> Господствующая ныне догма о приоритете теоретического знания и теоретического мышления как основах науки во всех дисциплинах осталась нетронутой» [2].

Метаморфоза системы высшего образования из храма науки в «торговый центр» по продаже знаний и статусов [3; 4] нашла отражение в теории об «академическом капитализме». В системе таких взглядов деятельность субъекта образования (например, университета) рассматривается как совокупность действий, направленных на поиск дополнительного финансирования как для функционирования всей его структуры в целом, так и для индивидуальных исследовательских проектов. Подобного рода деятельность характеризуется не только постоянным стремлением к обновлению технологической инфраструктуры, но и борьбой за престиж организации, поскольку от статуса университета зависит и объем привлеченных средств [5]. Несмотря на оптимистические заявления высших государственных чиновников от образования о радужных перспективах гуманитариев³, мировая статистика по этому вопросу удручающая. Гуманитарные науки (включая историю)

¹ Результаты обсуждения были изданы во Франции в 2013 г. как курс лекций. [1].

² *Ouvrir les sciences sociales. Rapport de la Commission Gulbenkian pour la restructuration des sciences sociales, présidée par Immanuel Wallerstein.* Paris : Descartes & Cie, 1996. 117 p.

³ Фальков оценил востребованность гуманитарных наук // РИА новости. 2020. 25 июня. URL: <https://ria.ru/20200625/1573468531.html>.

имеют, например, самый малый процент исследователей с докторской степенью — всего 8 % от общего числа (на 45 % меньше, чем в 1970-х). Постоянно сокращается финансирование подобных научных программ. Набор студентов на некоторые специальности (например, классическая филология, мертвые языки) фактически прекратился из-за потери престижности и спроса на подобных специалистов на рынке труда. В последние годы подавляющее число выпускников российских вузов приходится на специальности «Экономика и управление» и «Гуманитарные науки». Примечательно, что этот мощный поток управленцев, экономистов и прочих гуманитариев генерируют в основном «непрофильные» факультеты технических вузов и многочисленных педагогических университетов. В ходу печальные диагностические посылы, с которыми трудно не согласиться: «Унылое мещанство, технологизация и превращение образования в товар уже больше века доминируют в университетском сообществе США, а теперь и в мире»⁴.

Сегодня, спустя четверть века после начала разговоров о новом «кризисе» общественных наук, возникла очередная волна интереса к этой теме на фоне перехвата экономической инициативы представителями прослойки предпринимателей в области информационных технологий, которые чрезвычайно быстро набрали политический вес и даже конкурируют здесь с глобальным финансовым капиталом. Цифровая экономика стала брендом нового

времени. Она также идеально вписалась в контекст основополагающей гипотезы о постмодернизме как специфической эпохе в развитии общественного сознания и культуры.

Российские [6] и зарубежные [7] исследователи отмечают, что для цифровой экономики, помимо всего прочего, характерны: повсеместная децентрализация знаний посредством интернет-технологий; обесценивание в массовом сознании опыта и компетентности экспертов; набирающая силу тенденция к подрыву авторитета знания и атаки на сложившиеся научные иерархии; растворение всеобщего характера знания во множестве частных дисциплин, при том, что целостный характер общества неизменно ускользает от методологического охвата (наиболее явно эта тенденция заметна в культуре); превращение образования в престижный товар, реальная ценность которого находится в сфере символического капитала; высшее образование выступает теперь как особый вид услуг, направленный на повышение ценности индивида на рынке труда; высшее образование более не может гарантировать стабильности доходов, поскольку профессиональные компетенции работника должны постоянно обновляться и корректироваться параллельно с процессом производства новых знаний.

Добавим к вышесказанному и то, что в рассуждениях о кризисе общественных наук в последнее время стала актуальной тема релятивизма научных знаний в социальной сфере, что является отражением нынешнего острого политического конфликта глобалистов и националистов. Эта тема во многом формирует цивилизационный дискурс проблемы, по-

⁴ Почему умирают гуманитарные науки, а занятие классической филологией — это радикальный политический акт. URL: <https://knife.media/humanities-dying/>.

скольку в очередной раз ставится под сомнение универсализм европейских историко-культурных парадигм и ценностей. Пакистанский ученый Асад Заман, специалист в области количественного анализа данных, пишет по этому поводу: «Науки об обществе существуют для того, чтобы получить знания о сути явлений и процессов, имеющих отношение к жизненному опыту семи миллиардов человек, живущих сегодня на планете. Любые попытки предложить все-охватывающие законы социальной жизни будут связаны с критическими потерями исходной информации. Сосредоточение внимания на историческом опыте стран европейской цивилизации привело бы к совершенно иным выводам, чем при анализе соответствующих эмпирических данных о социальной и культурной жизни Африки или Китая. Можно

высказать недоумение: почему социальная наука провозглашает себя всеобщей, когда она основана практически только на изучении европейского исторического опыта, который и навязывается в качестве шаблона для универсального знания?» [8].

Гуманитарное знание и интерес к журналистике в современном мире

Учитывая вышесказанное, определимся с тем, какое место занимает современная журналистика в иерархии обращений в банки информации по вопросам научно-гуманитарного характера со стороны интернет-пользователей. Для этого исследуем динамику запросов в систему *Google* за последние 10 лет в сравнении с другими научными областями. Динамика изменения числа запросов по указанным темам представлена на рис. 1.

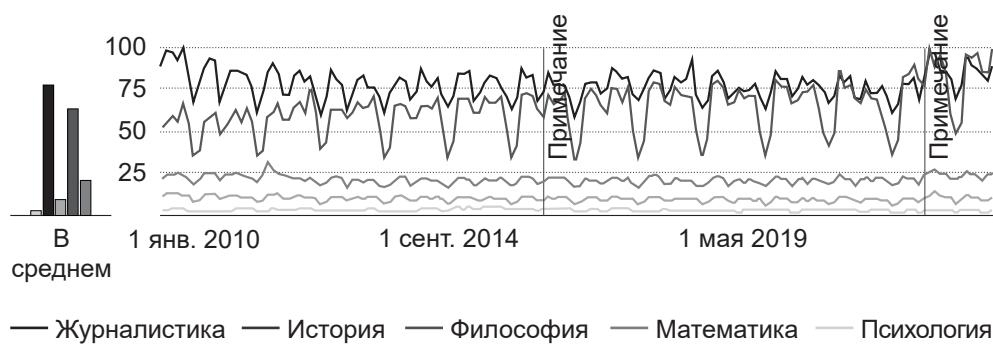


Рис. 1. Сравнение динамики популярности запросов «Журналистика — Профессиональная область», «История — Наука», «Философия — Профессиональная область», «Математика — Наука» и «Психология — Научная дисциплина» для всего мира

Fig. 1. Comparison of the Dynamics of the Popularity of the Queries “Journalism — Professional Field”, “History — Science”, “Philosophy — Professional Field”, “Mathematics — Science” and “Psychology — Scientific Discipline” for the Whole World

Составлен авторами по данным: Система *Google*. Настройки запроса: период — с 01.01.2010 по 01.02.2023. Дата запроса: 01.02.2023.

Как видно из графика, наиболее востребованы интернет-пользователями во всем мире знания по истории. Интегрально к ним обращались в 1,3 раза чаще, чем даже к математике, несмотря на то, что популярность истории медленно падала, а интерес к математике рос. Значительный интерес представляют данные о распределении стран по уровню интереса к рассматриваемым темам (рис. 2).

В каждом регионе имеет место своя история запросов и свои причины, определившие те или иные пропорции популярности соответствующих тем. В обобщенном виде мы можем констатировать, что все

государства мира можно разделить на две большие группы: там, где престиж точных наук выше, чем гуманитарных знаний, и наоборот. Следует учитывать, что статистика для различных регионов неравномерна (например, из-за слабого интернет-трафика). Необходимо также принимать во внимание тот факт, что запросы по математике носят характер, свойственный сфере образования — число обращений резко падает в период летних каникул, а для истории степень колебаний ряда существенно меньше. Из картограммы видно, что самыми «гуманитарными» являются многие стра-



Рис. 2. Деление стран мира по относительной популярности запросов «Журналистика — Профессиональная область», «История — Наука», «Философия — Профессиональная область», «Математика — Наука» и «Психология — Научная дисциплина» для всего мира

Fig. 2. The Division of the Countries of the World According to the Relative Popularity of the Queries “Journalism — Professional Field”, “History — Science”, “Philosophy — Professional Field”, “Mathematics — Science” and “Psychology — Scientific Discipline” for the Whole World

Составлен авторами по данным: Система Google. Настройки запроса: период — с 01.01.2010 по 21.01.2023. Дата запроса: 21.01.2023.

ны Латинской Америки и Нигерия, «математизированными» Вьетнам и Индия, наибольший интерес к философии и психологии среди других государств мира свойственен Японии. Что касается журналистики, то эта тема популярна в Йемене, Саудовской Аравии и ОАЭ.

Но если изучить запросы мировой интернет-аудитории по теме журналистики как профессии, ремесло, проследить интерес к журналистскому образованию, картина, соответственно, будет другая. И в лидеры по интересу выйдут страны, возглавляющие рейтинги ведущих школ журналистики и массовых коммуникаций в Европе и мире. Продемонстрируем ниже на конкретных примерах.

Прежде, чем провести подобный анализ интернет-статистики, мы изучили рейтинги и образовательные программы ведущих журналистских школ США (Северо-западный университет, Университет Миссури, Нью-Йоркский университет) и Европы (Университет Амстердама, Нидерланды; Кардиффский университет, Уэльс, Великобритания; Университет Орхуса, Дания) на предмет выявления основных приоритетов в подготовке студентов-журналистов и других специалистов в сфере массмедиа и коммуникаций. Предварительно, мы обратили внимание на ряд зарубежных исследований в области социологии журналистики (профессиональная идентичность, место журналистики в обществе, роли журналистов и профессиональная социализация, институциональные ценности) [9–11] и пришли к заключению о прикладном характере профиля журналистского образования в зарубежных университетах,

прежде всего, в американских, отличительной чертой которого является фрагментарная теоретическая подготовка (упор на обучение цифровым технологиям, стажировку в местных или национальных массмедиа до и во время обучения, творческое письмо, менеджмент, рекламу и PR и пр., т.е. навыки освоения ремесла). В американских вузах такая направленность обучения наблюдается традиционно в течение многих десятилетий, и в данный момент мы фиксируем неизменность тренда. Новые штрихи к вышеуказанному тренду состоят только в добавлении требований к тому, что зачастую называется *technical skill*. В некоторых европейских школах мы наблюдаем сегодня похожую ситуацию, но в небольшой части вузов в программы включены такие предметы, как корпоративная и политическая коммуникация, история и теория медиа и др. Анализ рейтингов за последние несколько лет показывает, что лидерами в мировом рейтинге являются несколько университетов США, которые входят и в список лучших школ внутри страны (Северо-западный университет, Университет Южной Калифорнии, Университет Миссури, Техасский университет в Остине, Бостонский университет, Стэнфордский университет), 2 университета Сингапура (Наньянский технологический университет и Национальный университет), а также Университет Амстердама (Нидерланды) и Лондонская школа экономики и политических наук (Великобритания)⁵.

⁵ Ведущие школы журналистики в мире (ТОП-10, 2023) // 27 Best Journalism Schools in the World. URL: <https://globalscholarships.com/best-journalism-schools>.

Журналистика как профессиональная деятельность: ранговый анализ

Второй этап исследования базировался на медиагеографическом подходе и включал в себя ранговый анализ⁶: мы рассматривали динамику интереса интернет-аудитории разных стран мира к таким темам, как идеология журналистики, профессия журналиста, журналистское ремесло, журналистская этика, работа журналиста, расследовательская журналистика, желтая журналистика, теория и история медиа, медиакультура и др.

Для лучшего понимания результатов нашего исследования необходимо дать некоторые методические разъяснения. Мы изучаем интернет-статистику, т.е. те массивы цифр, которые характеризуют различные аспекты взаимодействия интернет-пользователей в мире с различными поисковыми системами. Крупные поисковые системы и другие интернет-предприятия не только сами изучают своих клиентов, но и создают платные возможности для продавцов товаров и услуг изучать их. Кроме того, оптимизируется, «настраивается на потребителя» оперативный контент для формирования личной информационной среды. В данном исследовании мы работали с самым крупным мировым игроком в интернете — системой *Google*. В *Google* имеется аналитический сервис *Google Analytics*. В этом сервисе существует приложение *Google*

Trends, которое является публичным web-приложением корпорации *Google*, основанным на поиске *Google*. Приложение показывает, как часто определенный термин ищут по отношению к общему объему поисковых запросов в различных регионах мира и на различных языках. На горизонтальной оси основного графика представлено время, а на вертикальной — как часто термин искали по отношению к общему числу поисковых запросов во всем мире. Под основным графиком отображается распределение популярности по регионам, городам и языкам. В 2008 г. *Google* запустил *Google Insights for Search*, более сложную и передовую службу отображения тенденций поиска, которая в 2012 г. была объединена с *Google Trends*. До 2012 г. в тех случаях, когда запросов по тем или иным причинам было мало, динамика выглядит хаотично, а динамические ряды плохо стыкуются с современными трендами. Поэтому на графиках *Google* с 2004 (точка отсчета работы системы) до 2012 г. можно увидеть плохо объяснимые пики (скачки). В большинстве случаев такие цифры связаны с особенностью интернет-потребления (мало пользователей)). Мы трактуем статистику, начиная с 2009 г.

Запросы по темам, связанным с журналистикой как профессиональной деятельностью, изучались нами на разных языках: русском, английском, немецком, французском, поскольку хоть в *Google* и встроен переводчик, но существуют языковые особенности, которые позволяют более точно выявить специфику потребления интернет-контента в разных странах. Например, по запро-

⁶ Метод рангового анализа, который здесь является основой указанного медиагеографического подхода к исследованию, подробно описан в статье [12].

су «журналистское образование» (*journalism education*) *Google* выдает одинаковые данные, независимо от того, какой язык (из выбранных нами) использовался в поисковой строке. В то же время запрос «журналистская этика и стандарты» выходит на уровень темы только при поиске на русском языке. Если запрос выходит на уровень темы, это значит, что количество запрашиваемой информации статистически большое (запросы многочисленны, устойчивы, формулируются по-разному, но вокруг одного предмета), и на основе анализа запросов искусственный интеллект начинает форматировать и предлагать свои версии лексических единиц, что позволяет резко увеличить точность выдачи. На наших графиках представлены результаты по запросам на русском и английском языках.

Анализ динамики относительной популярности (ОП) запросов на английском *journalism job* («журналистская работа»), *journalism education* «журналистское образование» «Журналистика — профессиональная область — Тема» (рис. 3–5) показал, что на протяжении последнего десятилетия инте-

рес интернет-пользователей разных стран к журналистской деятельности достаточно высокий и устойчивый. Лидерами во всех трех категориях (в ТОП 10 стран) являются Индия, США, Великобритания. Данные по США и Великобритании еще раз подтверждают факт лидерства этих государств в академическом гуманистическом образовании (куда входят и журналистские школы, см. рейтинги выше), эти страны обладают очень развитой медиасистемой, доля медиакапитала в ВНП велика, и престиж профессии журналиста до сих пор высок. Появление Индии в этом списке тоже очень логично. Именно Индия представляет собой один из наиболее динамично развивающихся медиарынков в XXI в. (наряду с Китаем, где в силу определенных законодательных особенностей доступ населения к *Google* ограничен): по размеру медиарынка других стран БРИКС превосходит ЮАР и Россию (в 1,6 раза).

На русском языке по запросу «журналистская работа» и «журналистское образование» система *Google* не выдает данных для обработки, это значит, что запросов очень мало, и поскольку результат

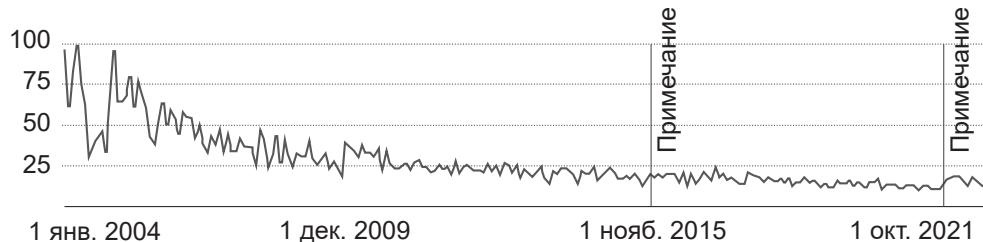


Рис. 3. Динамика популярности запроса journalism job по всему миру с 01.01.2004 по 31.12.2022 в системе Google

Fig. 3. Dynamics of the Popularity of the Journalism Job Request Around the World from 01/01/2004 to 12/31/2022 in the Google System

мы получили, исходя из запросов на английском языке, данные фигуры отражают ситуацию только в англоязычных странах.

В ТОП-10 входят также ЮАР (в категории *journalism job* на первом месте) Филиппины, Пакистан и Кения. Причем Филиппины в первой пятерке по журналистской работе и образованию (4 и 2 места соответственно). Из 111 млн населения Филиппин почти 80 % пользуются интернетом⁷. Жители страны больше всего времени проводят в интернете (почти 11 час. в день) и возглавляют мировой рейтинг по потреблению ресурсов глобальной сети — особенно в социальных сетях (более четырех час.). В последние годы медийный рынок в этой стране претерпевает активные изменения: многие крупные телевизионные сети занялись ребрендингом или переформатированием программ, чтобы привлечь внимание потребителей, газеты активно поддерживаются ассоциацией *Philippine Press Institute* и не уходят с рынка. Журналистское

общество активно борется за свободу прессы и продолжает сталкиваться с преследованиями в том числе и в интернете, что также привлекает внимание к профессии.

В двух рейтингах (рис. 1–2) активно присутствует Кения (ТОП 5), где в 2022 г. прошли всеобщие выборы, в том числе, президентские. Допускаем, что этот факт повлиял на запросы пользователей, связанные с профессией журналиста в стране в целом, тем более что *Google* не так давно провел дешевый интернет (без спутников) в различные регионы страны, охватив практически 100 % территории скоростным трафиком.

В первую десятку входят страны Северной Африки (Алжир (ОП=32) Египет (24), Марокко (22). Мы связываем это как минимум с двумя факторами: 1) эти страны пережили «арабскую весну», население стало активно пользоваться интернетом, отсюда и увеличение частоты запросов по разным темам, 2) и вытекающий из первого рост интереса к деятельности различных медиа и журналистов. Фиксируется относительно высокий интерес к профессиональной деятельности журна-

⁷ URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/philippines>.

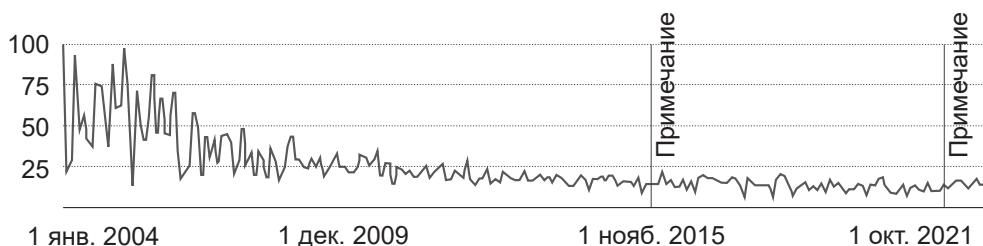


Рис. 4. Динамика популярности запроса *journalism education* по всему миру с 01.01.2004 по 31.12.2022 в системе *Google*

Fig. 4. Dynamics of the Popularity of the Query *Journalism Education* Around the World from 01/01/2004 to 12/31/2022 in the *Google* System

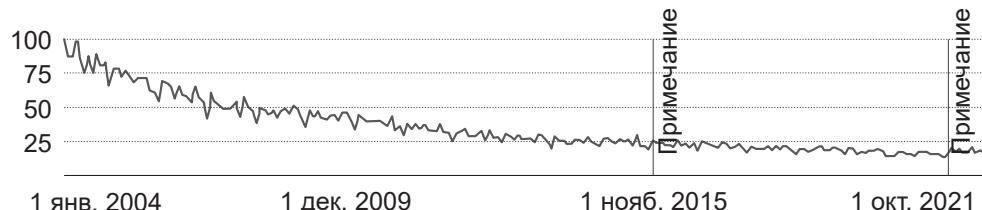


Рис. 5. Динамика интереса к журналистике как профессиональной деятельности (категория: работа и образование), 67 стран. Настройки запроса: по всему миру с 01.01.2004 по 14.11.2022 в системе Google

Fig. 5. Dynamics of Interest in Journalism as a Professional Activity (Category: Work and Education), 67 Countries. Query Settings: Worldwide from 01/01/2004 to 11/14/2022 in the Google System

листа в странах Латинской Америки (ЛА) — Чили (22), Колумбия (19), что непосредственным образом связано с освещением в медиа острых криминальных тем и риском журналистов, по количеству погибших журналистов страны ЛА лидируют, что подтверждается данными Института статистики Юнеско⁸. Традиционно присутствует Великобритания (18) как родина качественной прессы и известных всему миру таблоидов и родина ведущей мировой школы журналистики.

⁸ UNESCO observatory of killed journalists. URL: <https://en.unesco.org/themes/safety-journalists/observatory>.

Интерес мировой интернет-аудитории к журналистике как ремеслу (рис. 6) проявлен только Соединенных Штатах Америки (100). Больше в списке стран не представлено. Интерес с 2009 г. пусть и невысокий, но стабильный.

Интерес к теме «журналистская этика и стандарты» (рис. 7) проявлен в четырех десятках стран. В конце списка со слабо выраженным уровнем относительной популярности запросов (ОП = 1) Великобритания, Россия, Япония, Нидерланды — 37–40 места соответственно). В середине списка США и Китай (23 и 25 ме-

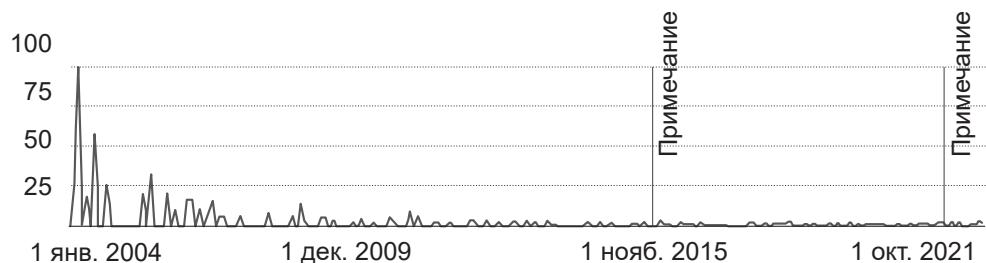


Рис. 6. Динамика популярности запроса *journalism craft* по всему миру с 01.01.2004 по 01.11.2022 в системе Google

Fig. 6. Dynamics of the Popularity of the Request *Journalism Craft* Around the World from 01/01/2004 to 11/01/2022 in the Google System

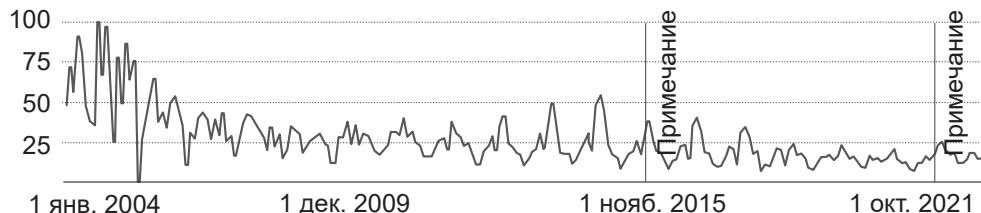


Рис. 7. Динамика популярности темы «журналистская этика и стандарты» по всему миру с 01.01.2004 по 21.01.2023 в системе Google

Fig. 7. Dynamics of the Popularity of the Topic “Journalistic Ethics and Standards” Around the World from 01/01/2004 to 01/21/2023 in the Google System

ста). В лидерах пять стран Африки (Конго-Киншаса, Танзания, Гана, Нигерия, Кения), где этика журналиста сегодня является животрепещущим вопросом, две латиноамериканские — Боливия и Перу и страны Северной Европы — Швеция и Норвегия, где впервые в мире был принят закон о свободе печати (Швеция 1766 г.) и зародился институт омбудсменов (Швеция), сильны традиции самоцензуры, разработаны этические кодексы журналистов, которые продолжают регулярно обновляться.

Остановимся кратко и на социальных позициях современной журналистики. Здесь обратим внимание на один важный нюанс: журналисты (шире — все работники массмедиа) в условиях информационного «уклада» капитализма сформировали особый сегмент — так называемый «креативный класс». К сегодняшнему дню этот класс экономически окреп, начинает серьезно самоорганизовываться для отстаивания своих интересов, сращивается с политикой, в том числе за счет репрезентации закулисных политических групп. Мы наблюдаем, например, активное стремление представите-

лей творческих профессий, в первую очередь журналистов, попасть в органы законодательной власти. В Госдуму РФ в созыве 2021 г. были избраны 22 представителя средств массовой информации и телеведущих (не считая деятелей культуры и спортсменов)⁹. Таким образом, «креативный класс» уже составляют третью по численности «гильдию» после традиционных капиталистов (бизнесмены + управленцы) и власти (чиновников). Этому есть простое объяснение. Креативные индустрии (синонимами здесь являются термины «креативная экономика»¹⁰ или «экономика знаний») сегодня определяются как особый сектор экономики, основанный на продаже товаров и услуг, являющихся результатом интеллектуальной деятельности [13; 14]. Мировая капитализация креативных индустрий

⁹ По подсчетам, в ГД предыдущего, седьмого созыва было 69 чиновников, 60 бизнесменов, 57 управленцев, 22 экономиста, 19 представителей СМИ, 18 спортсменов, 5 специалистов по связям с общественностью, 2 кинорежиссера, 2 музыканта, 1 актер.

¹⁰ Понятие «креативная экономика» было введено журналом BusinessWeek в августе 2000 г. — прим.авт.

к 2019 г. составила 2,3 трлн долл. Это примерно равно уровню капитализации рынков акций такой страны как Германия в этом же году (2,1 трлн долл.) [15; 16].

Современное общество не наделяет «креативный класс» сакральностью. Например, американцы низко

оценивают степень порядочности работников СМИ (газетных репортеров и тележурналистов), а также уровень соблюдения ими профессиональных этических стандартов. Их место в рейтинговом ряде одно из последних: 15 и 17 соответственно из 22 позиций (рис. 8). Ниже только

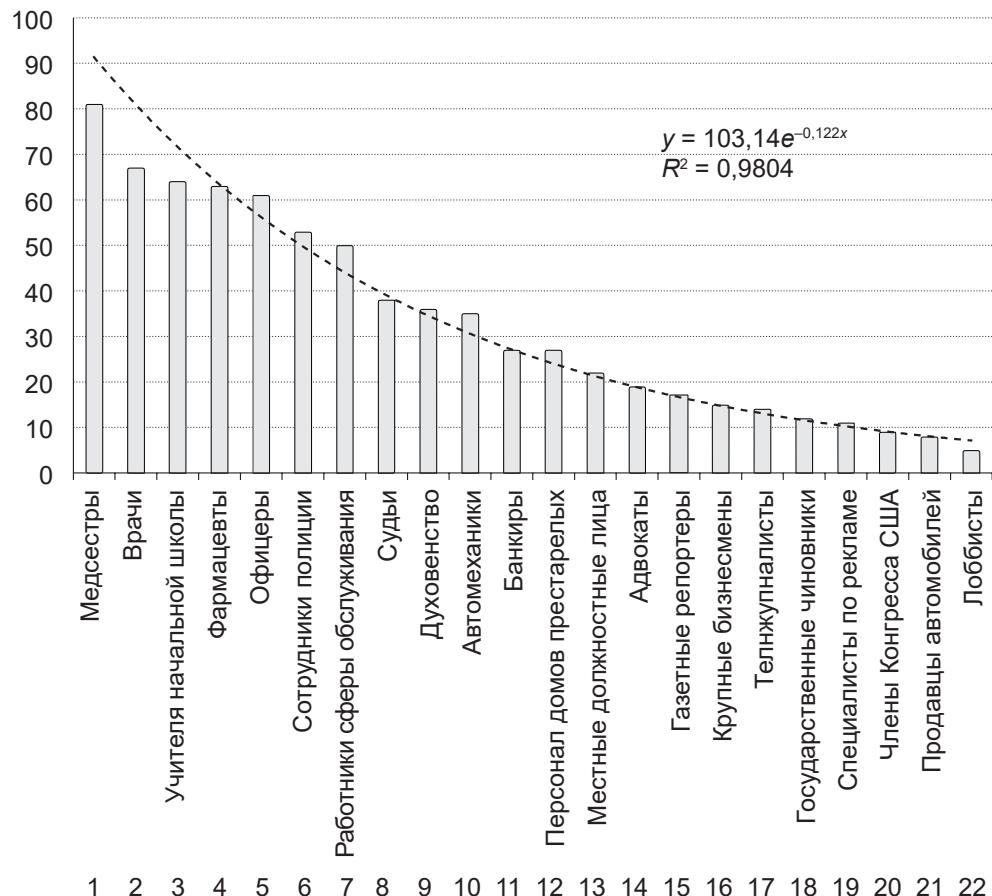


Рис. 8. Рейтинговый ряд оценок гражданами США соблюдения профессиональной этики представителями различных профессий. Экспоненциальная аппроксимация

Fig. 8. Rating Series of Assessments by US Citizens of Compliance with Professional Ethics by Representatives of Various Professions. Exponential Approximation

Составлен авторами по данным: Источник американской статистики: Military Brass, Judges Among Professions at New Image Lows, Lydia Saad. Режим доступа: <https://news.gallup.com/poll/388649/military-brass-judges-among-professions-new-image-lows.aspx>.

продавцы подержанных автомобилей и политические лоббисты.

Заключение

Подводя итоги, обратим внимание на степень интереса российских интернет-пользователей к теме различных профессиональных этик. В апреле 2019 г. интерес к теме «жур-

налистская этика», проявленный в системе Яндекс, находился в «хвосте» рейтингового ряда (рис. 9). В октябре 2022 г. картина не изменилась: 10-е место из 15.

В современном российском обществе нет стимулов для укрепления в самосознании журналистов вопросов соблюдения профессио-

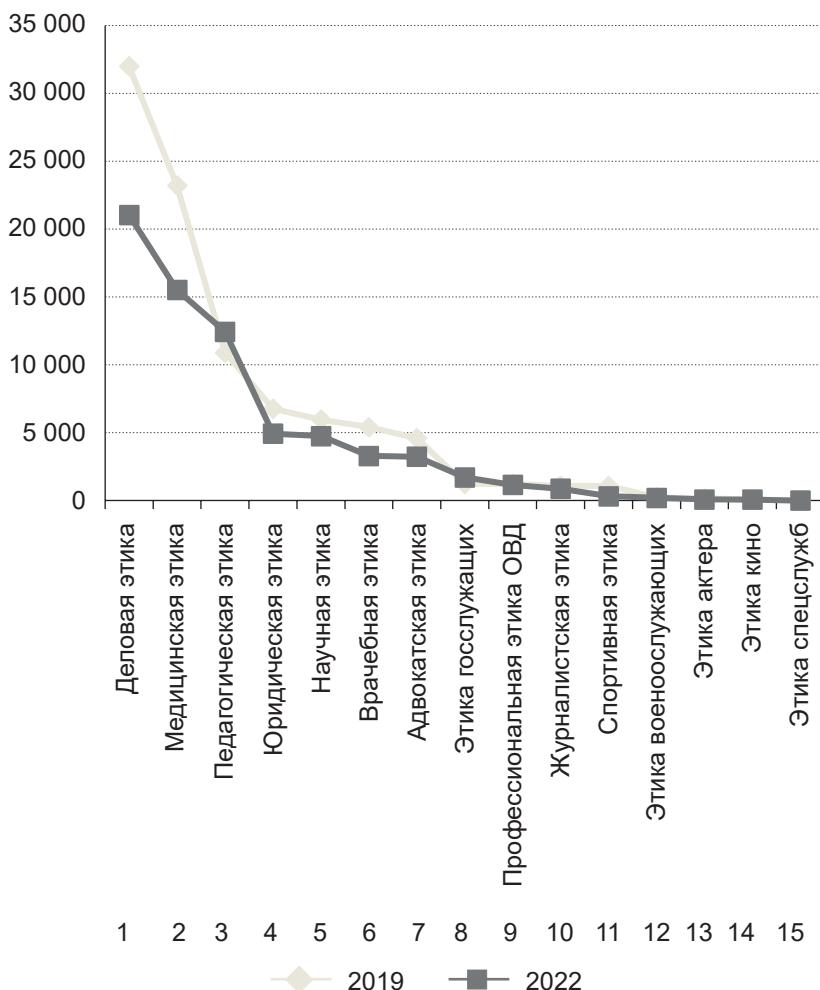


Рис. 9. Ранговое распределение числа запросов по разным видам профессиональной этики в России (система Яндекс, за месяц)

Fig. 9. Rank Distribution of the Number of Requests for Different Types of Professional Ethics in Russia (Yandex System, per Month)

Составлен автоорами.

нальной этики. В одном из аналитических отчетов, представленным фондом медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт»¹¹ было отмечено, что российские журналисты по факту чувствуют себя более ответственными перед владельцами СМИ, властью и главным редактором, нежели перед обществом в целом и своей аудиторией и, если говорить об их ориентирах в профессии, то это, прежде всего, возможность карьерного роста и самореализации. Такие ориентиры много лет работают и в медиа-сообществах многих стран мира, где по-прежнему сохраняется интерес к журналистике как профессиональной деятельности (о чем свидетельствуют результаты анализа интернет-статистики). Наиболее высокий его уровень проявлен в США и Великобритании, школы журналистики которых уже много лет возглавляют рейтинги лучших вузов планеты в этой сфере образования. Отметим также интерес интернет-пользовате-

лей к политической журналистике в Китае и Франции (графики не вошли в текст), журналистскому образованию в Индии и Пакистане. Проведенный анализ свидетельствует о выходе новых региональных лидеров¹² на новый качественный виток в области продвижения гуманитарного знания и конкретно журналистской деятельности, в то время как традиционные центры силы — США и Великобритания — не уступают своих позиций в академической сфере и в журналистике, в частности. «Академический капитализм» продолжает господствовать в сфере гуманитарного образования на мировом уровне. При этом историческое развитие российского общества в очередной раз находится в точке бифуркации: этические и профессионально-функциональные критерии, на которые последние 30 лет ориентировалось медиасообщество [17–19] включая и журналистскую вузовскую сферу,dezavuirovani, старые тенденции сломаны, новые пока не определились.

¹¹ Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе Общий аналитический отчет по результатам научно-исследовательских работ. Комитет гражданских инициатив, 2017. URL: https://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisticheskiy_ochet.pdf.

¹² Новые региональные лидеры — экономически продвинутые, но с заниженной политической ролью — Россия, Индия, Китай, Бразилия, страны Юго-восточной Азии — прим.авт.

Список использованной литературы

1. Caillé A. *Le tournant global des sciences sociales* / A. Caillé, S. Dufoix. — Paris : La Découverte, 2013. — 350 p.
2. Wearne B. *Open the Social Sciences: The Gulbenkian Commission Report* / B. Wearne // *The American Sociologist*. — 1998. — Vol. 29, no. 3. — P. 71–78.
3. Дружилов С.А. Проблемы высшего профессионального образования как симптомы системного кризиса / С.А. Дружилов. — EDN [RAKLSN](#) // Международный журнал экспериментального образования. — 2012. — № 10. — С. 8–11.
4. Корконосенко С.Г. Журналистское образование: потребность в педагогической концептуализации / С.Г. Корконосенко. — EDN [RALUPL](#) // Международный журнал экспериментального образования. — 2013. — № 1. — С. 38–41.
5. Slaughter S. *Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University* / S. Slaughter, L. Leslie. — Baltimore : Johns Hopkins University Press, 1997. — 276 p.

6. Соколов Д.В. Знание и образование в цифровую эпоху / Д.В. Соколов. — DOI 10.17212/2075-0862-2021-13-2.1-33-50. — EDN [OPNХОG](#) // Идеи и идеалы. — 2021. — Т. 13, № 2-1. — С. 33–50.
7. Джеймисон Ф. Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма / Ф. Джеймисон. — Москва : Изд-во Ин-та Гайдара, 2019. — 808 с.
8. Zaman A. The Puzzle of Western Social Science / A. Zaman. — DOI 10.20935/AL459 // Academia Letters. — 2021. — URL: https://www.academia.edu/83249396/The_Puzzle_of_Western_Social_Science.
9. Davis M. Why Journalism is a Profession / M. Davis // Journalism Ethics: A Philosophical Approach / ed. Ch. Meyers. — Oxford University Press, 2010. — P. 91–102.
10. Hanitzsch T. Professional Identity and Roles of Journalists / T. Hanitzsch // Oxford Research Encyclopedia of Communication. — URL: <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-95?rskey=7Cvvy>.
11. Belair-Gagnon V. Sociology of Journalism / V. Belair-Gagnon, M. Revers // Journalism. Handbooks of Communication Science / ed. TP Vos. — Berlin, 2018. — P. 257–280.
12. Николайчук И.А. Поиск новой российской идентичности: медиагеографические исследования ментального ландшафта / И.А. Николайчук, Т.С. Якова, М.М. Янгеляева. — DOI 10.17150/2308-6203.2020.9(4).642-659. — EDN [GNWSXV](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 4. — С. 642–659.
13. Florida R. Cities and the Creative Class / R. Florida. — New York : Routledge, 2005. — 208 p.
14. Зеленцова Е. Креативные индустрии. Зарубежный опыт прикладных исследований / Е. Зеленцова. — EDN [WGNQOX](#) // Культурология. Фундаментальные основания прикладных исследований / под ред. И.М. Быховской. — Москва, 2010. — С. 202–216.
15. Янгеляева М.М. Медиасистемы в информационном обществе: креативные индустрии и культурная безопасность государства / М.М. Янгеляева. — DOI 10.52311/2079-3359_2022_3_93. — EDN [QWLRRU](#) // Проблемы национальной стратегии. — 2022. — № 3. — С. 93–115.
16. Якова Т.С. Креативные индустрии в странах Европы. Политика государства / Т.С. Якова, М.М. Янгеляева. — EDN [YJMJXR](#) // МедиАльманах. — 2017. — № 1. — С. 26–35.
17. Корконосенко С.Г. Школы журналистики в России: опыт профессиональной экспертизы / С.Г. Корконосенко, М.А. Бережная. — DOI 10.17150/2308-6203.2021.10(3).404-421. — EDN [UFLON](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 3. — С. 404–421.
18. Кульчицкая Д.Ю. Медиaproфессионалы о должностной и реальной роли журналистики в современном обществе: результаты экспериментного анализа текстов / Д.Ю. Кульчицкая. — EDN [WYQHOV](#) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2016. — № 5. — С. 119–129.
19. Корконосенко С.Г. Научно-образовательные приоритеты в журналистском образовании / С.Г. Корконосенко, З.Ф. Хубецова, И.Н. Блохин. — EDN [XZIPQL](#) // Социально-гуманитарные знания. — 2018. — № 8. — С. 149–166.

References

1. Caillé A., Dufoix S. Le Tournant Global des Sciences Sociales. Paris, La Découverte, 2013. 350 p.
2. Wearne B. Open the Social Sciences: The Gulbenkian Commission Report. *The American Sociologist*, 1998, vol. 29, no. 3, pp. 71–78.
3. Druzhilov S.A. Challenges of Higher Education as the Symptoms of the Systemic Crisis. *Mezhdunarodnyi zhurnal eksperimental'nogo obrazovaniya = International Journal of Experimental Education*, 2012, no. 10, pp. 8–11. (In Russian). EDN: [RAKLSN](#).
4. Korkonosenko S.G. Journalism Education: Need for Pedagogical Conceptualization. *Mezhdunarodnyi zhurnal eksperimental'nogo obrazovaniya = International Journal of Experimental Education*, 2013, no. 1, pp. 38–41. (In Russian). EDN: [RALUPL](#).
5. Slaughter S., Leslie L. *Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University*. Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1997. 276 p.

6. Sokolov D.V. Knowledge and Education in Digital Era. *Idei i idealy = Ideas and Ideals*, 2021, vol. 13, no. 2-1, pp. 33–50. (In Russian). EDN: [OPNXOG](#). DOI: 10.17212/2075-0862-2021-13-2.1-33-50.
7. Jameson F. *Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham, Duke University Press, 1991. 438 p. (Russ. ed.: Jameson F. *Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Moscow, Gaidar University Publ., 2019. 808 p.).
8. Zaman A. The Puzzle of Western Social Science. *Academia Letters*, 2021. Available at: https://www.academia.edu/83249396/The_Puzzle_of_Western_Social_Science. DOI: 10.20935/AL459.
9. Davis M. Why Journalism is a Profession. In Meyers Ch. (ed.). *Journalism Ethics: A Philosophical Approach*. Oxford University Press, 2010, pp. 91–102.
10. Hanitzsch T. Professional Identity and Roles of Journalists. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Available at: <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-95?rskey=7Ccvyu>.
11. Valerie Belair-Gagnon V., Revers M. Sociology of Journalism. In Vos, TP (ed.). *Journalism. Handbooks of Communication Science*. Berlin, 2018, pp. 257–280.
12. Nickolaichuk I.A., Yakova T.S., Yanglyaeva M.M. In Search for a New Russian Identity: Media-Geographical Studies of the Mental Landscape. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 4, pp. 642–659. (In Russian). EDN: [GNWSXV](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(4).642-659.
13. Florida R. *Cities and the Creative Class*. New York, Routledge, 2005. 208 p.
14. Zelentsova E. Creative Industries. Foreign Experience of Applied Research. In Bykhovskaya I.M. (ed.). *Culturology. Fundamental Foundations of Applied Research*. Moscow, 2010, pp. 202–216. (In Russian). EDN: [WGNQOX](#).
15. Yanglyaeva M.M. Media Systems in Information Society: Creative Industries and Cultural Security of the State. *Problemy natsional'noi strategii = National Strategy Issues*, 2022, no. 3, pp. 93–115. (In Russian). EDN: [QWLRRU](#). DOI: 10.52311/2079-3359_2022_3_93.
16. Yakova T.S., Yanglyaeva M.N. Creative Industries in European Countries. State Policy. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2017, no. 1, pp. 26–35. (In Russian). EDN: [YJMJXR](#).
17. Berezhnaya M.A., Korkonosenko S.G. Journalism Schools in Russia: Professional Experience. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2021, vol. 10, no. 3, pp. 404–421. (In Russian). EDN: [UFLLON](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(3).404-421.
18. Kulchitskaya D.Yu. Media Professionals about the Real and Appropriate Functions of Journalism in Contemporary Society: Results of an Expert Analysis of Texts. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2016, no. 5, pp. 119–129. (In Russian). EDN: [WYQHOV](#).
19. Korkonosenko S.G., Khubetsova Z.F., Blohin I.N. Theoretical and Educational Priorities in Journalism Education. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Social and Humanitarian Knowledge*, 2018, no. 8, pp. 149–166. (In Russian). EDN: [XZIPQL](#).

Информация об авторах

Якова Тамара Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российской Федерации, t-yakova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5640-267X>.

Янгяяева Марина Михайловна — кандидат филологических наук, доцент кафедры зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российской Федерации, marinapavlikova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5689-3854>.

Authors Information

Tamara S. Yakova — PhD in Philology, Associate Professor of the Department of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, t-yakova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5640-267X>.

Marina M. Yanglyaeva — PhD in Philology, Associate Professor of the Department of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, marinapavlikova@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-5689-3854>.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Для цитирования

Якова Т.С. Лидерство в гуманитарной сфере: интерес к журналистике в регионах мира в условиях «академического капитализма» / Т.С. Якова, М.М. Янгляева. — DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(2).278-295. — EDN [ADSHPP](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2023. — Т. 12, № 2. — С. 278–295.

For Citation

Yakova T.S., Yanglyaeva M.M. Leadership in the Humanitarian Sphere: Interest in Journalism in the Regions of the World in Conditions of “Academic Capitalism”. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistik* = *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 2, pp. 278–295. (In Russian). EDN: [ADSHPP](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(2).278-295.