

К журналистам в нашем обществе всегда было особое отношение. Оно формировалось не просто десятилетиями, но эпохами – пусть не очень продолжительными, но глубоко своеобразными периодами российской истории XX века. И особенно – ее резкими переходами, во время которых ломалась старая жизнь и “простым гражданам” открывался “момент истины”. Последнее часто было заслугой журналистов – ведь, как принято считать, их миссия и состоит в том, чтобы “*довести до среднего человека истину*”, “*донести до народа то, что есть на самом деле, правду*”, чтобы “*была истинная правда в жизни*”¹.

И. Шмерлина

Российский журналист: декомпозиция имиджа?

Сегодняшний имидж журналиста противоречив и многолик: в массовом сознании присутствует и ностальгически очищенное воспоминание о журналисте советского времени – интеллигентный, эрудированный, он не только умел правильно и красиво говорить, но и был искренним “борцом за правду”, часто выступая последней защитой и упованием людей, ищущих справедливости; и благородный лик преданного рыцаря перестройки – без таких сама перестройка вряд ли была бы возможна; и образ развязного комментатора, речь которого изобилует безграмотными и вульгарными оборотами, что, впрочем, несколько не снижает его напористости и уверенности в своем безусловном праве наставлять “народ”.

Неслучайно респонденты, пытаясь описать “современного российского журналиста”², говорили как о его принципиальности, независимости от каких-либо структур, неподкупности, стремлении “*объективно давать информацию*” (13%), так и о беспринципности, продажности, нечистоплотности (6%). Одни отмечали образованность, эрудированность, высокий интеллектуальный уровень российских журналистов (9%), другие отзывались о них как о “*хамоватых ребятах, везде сующих свой нос*” (7%).

Кто-то полагает, что журналист работает для того, чтобы донести до людей правду (9%), кто-то считает его главной целью карьеру, стремление “*выделить се-*

¹ Общероссийский опрос от 2–3 июня 2007 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов). Ответы на открытый вопрос “*Журналисты пишут, говорят, выступают, чтобы...*”

² Ответы на открытый вопрос “*Опишите, пожалуйста, сегодняшнего российского журналиста. Как Вы себе его представляете?*”

бя”, “завоевать славу”, “наработать себе имя”, “повысить свой рейтинг” (6%). Для одних журналист предстает в образе патриота, который пишет, говорит, выступает, исходя из высоких идейных побуждений – чтобы “была хорошая жизнь у страны” (6%), другие в своих ответах воспроизводят образ беспринципного баламута, возмутителя спокойствия, живущего “в погоне за сенсацией”, ради создания ажиотажа готового “врать”, “дурить народ”, “запудрить мозги людям...” (4%)³. Что стоит за этими ответами: просто несовпадающие мнения отдельных людей о журналистах или симптомы, свидетельствующие о трансформации имиджа представителя этой своеобразной и столь нужной обществу профессии?

Симптомы “расколотого имиджа” можно увидеть и в том, как распределились ответы респондентов на два содержательно очень близких вопроса: об уважении к журналисту и о престижности его профессии. В массовом сознании доминирует представление о том, что работать журналистом в нашей стране престижно, – это мнение разделяют 63% респондентов (противоположных взглядов придерживаются 16%, а 21% участников опроса затруднились ответить на вопрос). Между тем лишь каждый второй россиянин (53%) полагает, что журналисты сегодня пользуются уважением в обществе (чуть более четверти – 27% – разделяют противоположную точку зрения, а каждый пятый – 20% – не имеет мнения на этот счет).

Судя по этим данным, значительная часть россиян воспринимает журналистику как престижную профессию, представители которой не пользуются в обществе уважением. Показательно, что подобное же противоречие характеризует отношение людей к должности “чиновник”. Фактически вопросы о престиже и уважении создают своего рода “операциональную вилку”, которая позволяет зафиксировать ценностное напряжение в массовых представлениях об определенных видах деятельности.

Впрочем, несмотря на подобные ценностные “разрывы” и стоящие за ними тенденции, о которых речь пойдет ниже, массовое сознание по-прежнему удерживает более или менее целостный и в общем позитивный образ журналиста, скомпонованный из устойчивых представлений и мифов об этой профессии.

Одним из таких прочно утвердившихся, осевших в массовом сознании убеждений является представление о том, что журналист – тяжелая профессия. Это мнение разделяют подавляющее большинство наших сограждан (87%). Лишь 4% опрошенных полагают, что у журналистов легкая работа, а 9% воздержались от однозначной оценки.

Определенное единодушие наблюдается и в оценке такого параметра работы журналиста, как профессионализм. Половина участников опроса (52%) оценивают его высоко.

В два с лишним раза меньше доля полагающих, что у большинства современных журналистов низкий уровень профессионализма (21%); 27% затруднились оценить их профессиональный уровень.

Отвечая на вопрос, произошли ли за последние 3–5 лет какие-либо изменения в профессиональном уровне российских журналистов, участники опроса

Как принято считать, миссия журналиста состоит в том, чтобы “довести до среднего человека истину”, “донести до народа то, что есть на самом деле, правду”

³ Ответы на открытый вопрос “Закончите, пожалуйста, фразу: «Журналисты пишут, говорят, выступают, чтобы...»”

значительно чаще говорили, что он вырос, нежели заявляли, что он снижается (45 и 8% соответственно). По мнению 23% респондентов, профессиональный уровень российских журналистов за указанный период не изменился, столько же (24%) затруднились оценить перемены в этой области.

Почти половина опрошенных (48%) считают, что российские журналисты в целом объективно освещают происходящие в стране события. Треть (32%) придерживается противоположной точки зрения, а пятая часть (20%) затруднились с ответом. Сравнение этих данных с опросами 2000–2001 годов⁴, когда россиянам задавались аналогичные вопросы, показывает определенный рост доверия населения к информации, поставляемой журналистами: так, в 2000 году лишь 42% считали ее объективной, а 45% оценивали как необъективную.

Между тем, если говорить о доверии к самим журналистам, то здесь наблюдается скорее обратная – хотя и слабовыраженная – тенденция: шесть лет назад почти половина россиян (47%) заявляли о своем доверии журналистам, сегодня – 44%. Стоит подчеркнуть, что вопрос о персональном доверии оказался весьма чувствительным индикатором, фиксирующим поляризацию общественного мнения по исследуемой проблеме. Сегодня в обществе почти поровну тех, кто доверяет журналистам, и тех, кто отказывает им в доверии (44% и 41% соответственно; 15% затруднились с ответом на этот вопрос).

Если сопоставить ответы на рассмотренные выше вопросы с учетом присущей этим данным динамики, можно говорить, что в обществе растет доверие к информации, которую оно получает через журналистов, но становится более сдержанным отношение к “поставщикам” этой информации, к их персональным, человеческим качествам. Эти противоположно направленные тенденции свидетельствуют о том, что в российском массовом сознании идет переоценка роли, приписываемой людям, “от которых <мы> узнаем новости”.

Этот вывод в определенной степени подтверждается и динамикой мнений о характере влияния журналистов на общественную жизнь страны. В целом в дан-

ном вопросе сегодня, как и шесть лет назад, наблюдается высокая степень согласия. Убеждение в том, что влияние журналистов позитивно, явно преобладает над любой иной точкой зрения – сегодня его разделяют 45% россиян, в то время как об отрицательном влиянии заявляют 13%, а об отсутствии сколько-нибудь серьезного влияния на общество – 23% респондентов (19% затруднились ответить на вопрос).

Суждения о позитивном характере журналистского влияния преобладали и шесть лет назад, однако распределение ответов тогда было несколько иным. О положительном влиянии говорил каждый второй (49%), а об отрицательном – почти каждый пятый (18%, что на 5 п.п. больше соответствующей доли сегодняшних ответов). В 2001 году

была заметно (на 7 п.п.) ниже доля тех, кто отказывал журналистам во влиятельности (она составляла 16%, в то время как сегодня, напомним, 23%). Последнее обстоятельство позволяет предположить, что российское массовое сознание

⁴ Опросы населения 4–5 ноября 2000 года и 16–17 июня 2001 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).

Сегодняшний имидж журналиста противоречив и многолик: в массовом сознании присутствует и ностальгически очищенное воспоминание о журналисте советских времен, и благородный лик преданного рыцаря перестройки, и образ развязного комментатора

постепенно расстается с представлением о журналистах как об особой идейно-нравственной силе, дающей обществу не просто текущую информацию, но ценностные ориентиры развития.

Когда-то в людях, умеющих излагать свои мысли и чувства в литературной форме, видели “совесть нации” (“поэт в России – больше чем поэт”). Эту особую “литературно-духовную” миссию общество возлагало и на журналистов, тем более что они, как считалось, обладали бесценным информационным ресурсом – привилегированным доступом к “правде”. Из этого специфического сплава, идейно-нравственного подвижничества и эксклюзивной информированности, отлит идеальный образ отечественного журналиста – “борца за справедливость”, и именно его чаще всего упоминали люди, когда их просили: *“Опишите, пожалуйста, сегодняшнего российского журналиста. Как Вы себе его представляете?”*

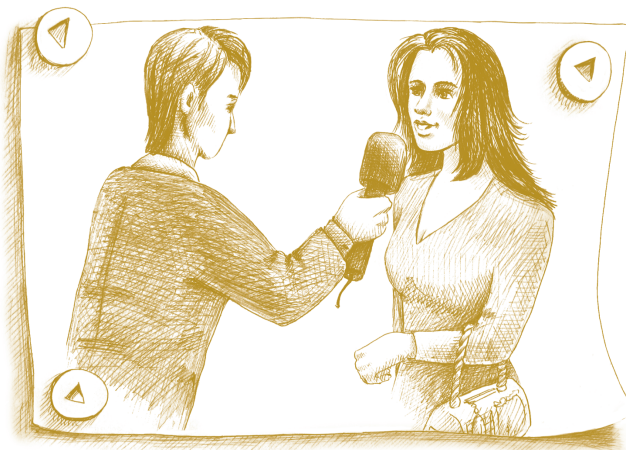
“Неподкупный, правдивый, борец за справедливость”; “должен писать правду, чтобы информация до людей доходила не ложная, а истинная”; “человек, который стремится объективно давать информацию, которого нельзя подкупить”, “не зависит от каких-то структур его объективность”; “правдивый, честный, непродажный” (13%; ответы на открытый вопрос).

Еще ярче акцент на особую миссию журналиста, который не просто добывает разную информацию, но борется за правду, открывает людям глаза, прозвучал, когда участников опроса попросили: *“Закончите, пожалуйста, фразу: «Журналисты пишут, говорят, выступают, чтобы...»”*

“Была истинная правда в жизни”; “высказать всю правду”; “выявить правду”; “глаза открыть гражданам”; “для того, чтоб не вводит в заблуждение людей”; “довести до среднего человека истину”; “донести до народа то, что есть на самом деле, правду”; “люди знали правду о происходящем в стране”; “народ должен получать объективную информацию”; “борется за справедливость” (9%; ответы на открытый вопрос).

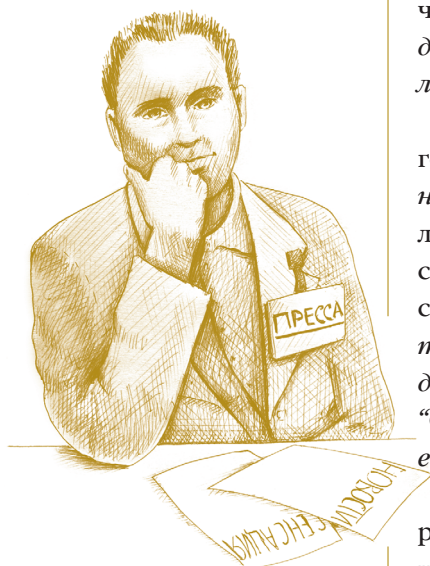
Образ журналиста – борца за справедливость, рыцаря правды, дающего духовно-нравственные ориентиры простым людям, – получает дополнительные коннотации в суждениях, в которых он описывается как человек, стремящийся *“преподнести нам свои мысли”, “высказать читателю свое мнение по какому-либо поводу”, “раскрыть свое мнение о событии”, “настоять на своей точке зрения”,* чтобы *“люди больше прислушивались к мнению жизни”,* чтобы *“дать нам возможность правильно думать”*⁵.

Такой журналист – конечно, *“патриот”, он “работает для народа”*⁶, чтобы *“изменить жизнь людей к лучшему”,* чтобы *“была хорошая жизнь у страны”,*



⁵ Из ответов на вопрос *“Закончите, пожалуйста, фразу: «Журналисты пишут, говорят, выступают, чтобы...»”*

⁶ Из ответов на открытый вопрос *“Опишите, пожалуйста, сегодняшнего российского журналиста. Как Вы себе его представляете?”*



чтобы “крепла Родина” и “материальное и нравственное благосостояние народа улучшилось” (6%; ответы на вопрос “Закончите, пожалуйста, фразу: «Журналисты пишут, говорят, выступают, чтобы...»”).

Однако чаще всего, рассуждая о том, для чего работают журналисты, люди говорили об информационной составляющей их деятельности: чтобы “дать новости”, “дать информацию оперативно” (35%). В глазах некоторых журналист – это своего рода “информационная воронка”, в которую стягиваются последние новости о том, что происходит в ближнем и дальнем мире: он находится “в центре событий”; “журналист сегодня должен быть на гребне всех событий в стране и за рубежом”; “который все везде знает”; “его работа – нести людям новости”; “работа – охота за информацией” (6%; ответы на вопрос “Опишите, пожалуйста, сегодняшнего российского журналиста. Как Вы себе его представляете?”).

Подобные ответы и в целом качественные и количественные данные опроса, взятые в своей совокупности, позволяют предположить, что в общественном сознании происходит декомпозиция традиционного образа журналиста. Сегодня ему сравнительно редко приписывают духовную самоотдачу и нравственное подвижничество, но от него по-прежнему ожидают активности, любознательности, высокого интеллектуального уровня, компетентности в освещаемых вопросах, профессионального владения словом и коммуникабельности⁸. Он перестает быть духовным поводырем и превращается в профессионала, чья “работа – нести людям новости”, быть информационным посредником между огромным, необъятным внешним миром и рядовым человеком с его узко ограниченным полем зрения. От такой работы ждут оперативности и объективности, но вопрос о персональном доверии к ее исполнителю становится малоуместным.

Однако со старыми идеалами расставаться непросто. Многие респонденты, описывавшие журналиста как работника информационного фронта⁹, осознанно или подсознательно дополняли “новый” образ чертами, идущими из “миссионерского прошлого” этой профессии. Журналист, настаивали респонденты, должен не просто освещать события, но производить ценностную селекцию информации, актуализировать острые проблемы, привлекать к ним внимание общества, чтобы “было известно простым людям, что происходит в мире”; “донести до людей острые вопросы, проблемы”; “люди знали о всем, что делает правительство”; “не только информацию донес, но и заострить вопрос”.

Наряду с далеким от завершения процессом декомпозиции романтического образа журналиста – борца за справедливость в массовом сознании складывается новый образ – “ньюмейкера”, ничуть не похожего на журналиста старой генерации. Если первые “выявляют правду”, то вторые “делают новости” – особый информационный продукт, пользующийся спросом, но не имеющий ника-

⁸ Эти требования прозвучали в ответах на открытый вопрос “Опишите, пожалуйста, сегодняшнего российского журналиста. Как Вы себе его представляете?” (статистический вес каждого из них – от 3 до 9%).

⁹ Напомним, статистически это наиболее весомая группа ответов на открытый вопрос “Закончите, пожалуйста, фразу: «Журналисты пишут, говорят, выступают, чтобы...»” – она составляет 35%.

кого отношения ни к правде, ни к справедливости, ни к благу России. “Наглый”, “навязчивый” представитель этой новой генерации “гоняется за желтой уткой”, стремится “урвать какую-то сенсацию”, “собирает всю грязь”, “везде сует свой нос”, “куда ему нужно, туда и пройдет”, – таким он предстает в ответах 7% респондентов. Этот новый журналист зависим и продажен – “за деньги маму продаст” (6%), он думает о своей карьере (6%), или о рейтинге своего издания (1%), или просто лоббирует чьи-то интересы (1%).

В сегодняшней России работают и честные профессионалы, и верткие “нюмейкеры”. Впрочем, наши респонденты чаще говорили о журналисте первого типа, образ которого подсвечен ореолом его благородных предшественников.

* * *

В анализе изменений, происходящих в имидже журналиста, полезно обратить внимание на ответы россиян, живущих в Москве и мегаполисах, и сопоставить их с данными по общей выборке и прежде всего – с ответами, полученными от сельских жителей. Расхождения, которые здесь наблюдаются, неслучайны. Известно, что новые тенденции общественного мнения зарождаются обычно в центрах, живущих наиболее насыщенной культурной / социально-политической жизнью (впрочем, это справедливо по отношению к любым феноменам – как духовного, так и поведенческого плана).

Если проанализировать под этим углом зрения те довольно резкие несоответствия, которые наблюдаются между ответами жителей российской глубинки и мегаполисов, то тенденции, описанные выше, получают дополнительные обоснования. Наиболее позитивно журналистов воспринимают на селе, где половина граждан испытывает к ним доверие, 53% убеждены, что их влияние на общество позитивно, а 57% полагают, что они пользуются уважением в обществе.

Иначе относятся к журналистам в Москве и других мегаполисах: в столице доверяют им 30%, а 53% – не доверяют (в других мегаполисах – 40% и 51% соответственно; в селах не доверяют людям этой профессии 35%). Полагают, что журналисты пользуются уважением своих сограждан, 36% жителей Москвы, а 42% убеждены в обратном. Треть москвичей (32%) утверждают, что влияние журналистов на российское общество благотворно (в целом по выборке, напомним, 45%, на селе – 53%), а 29% заявляют, что они вообще не влияют на жизнь страны (на селе так считают 19%). По мнению 22% москвичей, журналистское влияние на общество в целом негативно (на селе это мнение поддерживают лишь 9%).

Половина сельских жителей (50%) доверяют информации, которая идет от журналистов, считают ее объективной; недоверяющих в сельской местности в два раза меньше (25%). Среди москвичей лишь 36% воспринимают эту информацию как достоверную, а 45% отказывают ей в доверии (в других мегаполисах – 46% и 38% соответственно).

В связи с этим стоит отметить, что 29% респондентов-москвичей из всех существующих источников оперативной информации о событиях в стране предпочитают Интернет (табл. 1); по этому показателю Москва заметно опережает и иные города, и села.

В массовом сознании доминирует представление о том, что работать журналистом в нашей стране престижно. Между тем лишь каждый второй россиянин полагает, что журналисты сегодня пользуются уважением в обществе

Табл. 1

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Тип места жительства				
		Москва	мегаполис	большой город	малый город	село
Как Вам кажется, где сегодня можно получить наиболее объективную информацию о событиях в России – по телевидению, из газет, по радио или в Интернете?						
По телевидению	58	45	49	58	59	65
Из газет	5	10	5	6	5	4
По радио	4	2	3	2	5	3
В Интернете	16	29	12	15	18	11
Нигде	8	10	15	9	6	5
Затрудняюсь ответить	9	3	15	9	8	11

Отклонения от средних значений на 5 п.п. и больше в ту или другую сторону выделены жирным шрифтом или курсивом.

Вообще примечательно, что Интернет повсеместно, во всех поселенческих группах вышел на второе место после телевидения. Россияне упоминают его в качестве наиболее достоверного источника информации почти в два раза чаще, чем газеты и радио вместе взятые. За этим можно различить тенденцию, смысл которой состоит в смещении внимания и доверия от традиционных, сильно персонифицированных способов подачи информации к более обезличенной и в оценочном плане более объемной информации, которую содержат интернет-ресурсы. Возможно, данная тенденция обусловлена не только расширением доступа к этому альтернативному источнику сведений, но и структурными переменами, которые претерпевает имидж российского журналиста. ■

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Так говорил респондент...

– Что, по Вашему мнению, означает слово “инфляция”?

– Это достаток семьи, помноженный на государственную безалаберность.

– Зачем, по Вашему мнению, нужны политические партии?

– Россия большая, пускай разделяют и правят.

– Почему Вы не обменяли бы свою квартиру на частный дом с городскими удобствами в пригороде?

– Я, конечно, люблю природу, но не в таких количествах.

– Какие события прошедшей недели, о которых сообщалось в средствах массовой информации, больше всего заинтересовали Вас, привлекли Ваше внимание?

– В Челябинске продавали игрушки непонятно какого пола – то ли мужчина, то ли женщина.

– Почему Вы считаете, что московские власти поступили правильно, запретив представителям сексуальных меньшинств проведение парада?

– Если ты меньшинство, то и сиди молча.

– В чем состоит главная, самая серьезная неудача В. Путина за время его работы на посту президента России?

– Полагается только на внутренние органы.

(Из опросов ФОМа)