

Ю.Г. Магницкий

## ОБРАЗ РОССИЙСКОГО ЖУРНАЛИСТА В ОБЩЕСТВЕННОМ МНЕНИИ АМУРЦЕВ: ПРОБЛЕМА «РАЗДВОЕННОСТИ»

*The author touches upon the questions of journalist's image as the problems of the amur population's public opinion.*

Как показывают результаты массовых социологических исследований населения Амурской области, осуществленных региональной партнерской организацией общероссийского Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) летом-осенью 2009 г., сегодняшний имидж отечественного журналиста весьма противоречив. С одной стороны, в массовом сознании жителей Приамурья присутствует чисто советское представление о «нашем» журналисте как интеллектуально развитом, эрудированном, нравственно чистом медиа-специалисте, этаком «борце за правду и справедливость», выступающем в прессе в интересах «простых людей» и «великой страны». С другой стороны, те же самые респонденты фиксируют такие качества современного российского журналиста как лживость и цинизм, развязность и некомпетентность, косноязычие и хамство, личностный и профессиональный аморализм, нацеленность на сенсации и высокие гонорары, что позволяет квалифицировать образ подобного деятеля электронных и печатных СМИ обидным словом «журналюга».

В ряде публикаций ФОМ последних лет обсуждается эта виртуальная двойственность как проблема симптомов «расколотого имиджа» российского журналиста в общественном мнении жителей различных регионов страны [1]. Что же касается ответов амурских респондентов на вопросы интервьюеров-социологов по данному вопросу, то здесь также налицо распределение оценок опрошенных на два содержательных блока: во-первых, об уважении к журналисту как профессионалу и личности и, во-вторых, о престижности его профессии.

В частности, около двух третей амурских респондентов (65%) считает журналистскую работу «престижной», «аттрактивной», а примерно 89% из них – «тяжелой». Вместе с тем лишь около половины опрошенных областных жителей (48%) уверены, что журналисты в нынешней «кризисной» жизни вызывают в обществе уважение к своему ремеслу; четверть респондентов-амурцев (24%) придерживаются альтернативной точки зрения, а остальные (28%) не определились с ответом на данный вопрос. В то же время 54% опрошенных уверены в таком качестве современных отечественных журналистов как «профессионализм» (на достаточном уровне), но каждый третий из состава тех же респондентов убежден в обратном. Иными словами, большая часть амурского населения, с одной стороны, воспринимает российскую журналистику как престижную и профессионально-обеспеченную профессию, хотя, с другой позиции, придерживается мнения, что последняя не пользуется достаточным уважением в том же амурском сообществе.

Тем не менее жители области, как и в советские времена, в целом продолжают сохранять в массовом сознании аксиологически положительный и целостно-консервативный в своем общем позитиве образ журналистской деятельности (в том числе на основе соответствующих виртуально-стереотипизированных представлений и медиа-мифологизации) [2, 3]. Например, 43% опрошенных полагают, что за минувшие три года уровень журналистской профессиональной компетентности повысился, а четверть (25%) подтверждают, что он, как минимум, не изменился по сравнению с предыдущим периодом. И только каждый десятый респондент (11%) относится к этой проблеме более-менее пессимистично.

При этом за последние 8-9 лет несколько возросло (на 5-6%) доверие амурского населения к адекватности журналистской информации, примерно в тех же пределах усилилась констатация ее объективности и социальной эффективности. Однако здесь же можно говорить (с учетом вышеобозначенной динамики респондентских оценочных мнений различных периодов) и о том, что, с одной стороны, среди амурцев растет доверие к содержанию журналистских публикаций, а с другой, – отмечается негативизм к поставщикам данного контента как носителям отрицательных человеческих качеств и личностных индикаторов. И это несмотря на то, что, по мнению большинства (51%) амурских респондентов, теперешнее влияние отечественных журналистов на российское общество – «позитивно» и «перспективно после окончания глобального экономического кризиса». Отрицательную позицию в данном вопросе занимает примерно пятая (в 2,5 раза меньшая) часть опрошенных (19%). Кстати, указанная положительная тенденция на 7-8 пунктов выше, чем наблюдавшаяся около десятилетия назад.

В целом же, как верно отмечается в ряде научных источников, российское (в том числе амурское) общество воспринимает сегодня журналистику прежде всего в качестве инструмента предоставления ему повседневной, оперативной, актуально-деловой, а также релаксирующей информации, а вовсе не в качестве доктринально-идеологизированного и политически интенционального медиа-дискурса, как в советский период.

В то же время трудно не согласиться с аналитиками общероссийского фонда «Общественное мнение» справедливо утверждающими, что когда-то особую «литературно-духовную» миссию общество возлагало на журналистов как обладателей доступа к «правде». А потому именно из этого специфического сплава – идейно-нравственного подвижничества и эксклюзивной информированности – отлит идеальный образ современного отечественного журналиста, «борца за справедливость», «партиота», «рыцаря правды», дающего духовно-нравственные ориентиры простым людям [1].

Таким образом, вышеозначенные модификации «раздвоенности» образа отечественного журналиста в общественном сознании российского Приамурья доказывают, что журналист перестает быть духовным миссионером, все больше превращаясь в профессионала-нюсмейкера, умеющего как создавать правдивый и злободневный информационный продукт, пользующийся рыночным спросом, так и обладающего даром романтически иллюминировать подобную информацию символикой «подлинного благородства» и атрибутикой жизни, владеющего эксклюзивным правом работы медиа-специалиста, «безраздельно и немеркантильно» отдаваемой своим соотечественникам, своей стране...

- 
1. Российский журналист: композиция и имидж // Социальная реальность. – 2008. – № 2. – <http://socreal/fom.ru>.
  2. Сидоров В. А. Журналистский текст и социальная действительность: познание, отражение, преобразование // Социология журналистики/ под ред. С. Г. Корконосенко – М.: Аспект-Пресс, 2004.
  3. Федотова Л.Н. Деятельность СМК как реализация интересов разных социальных субъектов // Социология массовой коммуникации – М.: Аспект-Пресс, 2002 – 238 с.



