

Хафизова Виктория Рауфовна

аспирант кафедры прикладной социологии  
Уральского федерального университета  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина

## ОБРАЗ ЖУРНАЛИСТА В ОЦЕНКАХ МОЛОДЕЖИ [1]

### *Аннотация:*

*В статье рассматривается проблема деформации образа журналиста в глазах молодежной аудитории. В рамках исследования образа современных российских журналистов проведен онлайн-опрос работающей и студенческой молодежи города Екатеринбурга, результаты опроса сравниваются с данными аналогичных исследований фонда «Медиа-стандарт», Левада-центра и ФОМ. Установлено, что молодежная аудитория доверяет интернет-сайтам и социальным сетям. Журналисты, по мнению молодежи, информируют общество о событиях, дают оценку фактам и формируют взгляды и ценности. Представления молодежи о роли журналиста расходятся с представлениями населения в целом. Большая часть молодежной аудитории считает, что журналисты зависимы от своих руководителей. Относительно оценки профессиональной деятельности журналистов среди молодежи наблюдается сдвиг в сторону более негативного восприятия журналистов.*

### *Ключевые слова:*

*образ журналиста, доверие, профессия, новые медиа, социальная роль, молодежь, депрофессионализация, деформация.*

Khafizova Viktoriya Raufovna

Graduate student, Department  
of Applied Sociology,  
Ural Federal University

## JOURNALIST'S IMAGE IN YOUTH ASSESSMENTS [1]

### *Summary:*

*The paper discusses the problem of the deformation of the journalist's image in the young audience eye. As part of the study of the image of modern Russian journalists, an online survey of working and student youth in the city of Yekaterinburg was conducted, the results are compared with data from similar studies of the MediaStandard Foundation, Levada Center and FOM. It has been determined that a young audience trusts Internet sites and social networks. Journalists, according to young people, inform society about events, evaluate facts and form opinions and values. Young people's ideas about the role of a journalist differ from the general population's opinion. Most of young people believes that journalists are dependent on their heads. Regarding the assessment of the professional activities of a journalist, among young people there is a shift towards a more negative perception of journalists.*

### *Keywords:*

*image of a journalist, trust, profession, new media, social role, youth, deprofessionalization, deformation.*

## **Введение**

Необходимость в исследовании образа современного журналиста обусловлена тем, что сегодня профессиональная журналистика сталкивается с проблемой деформации образа журналиста. На возникновение этой проблемы повлиял целый ряд факторов. Во-первых, сегодняшнее цифровое общество живет в эпоху постправды, т. е. в ситуации, когда «объективные факты менее важны для формирования общественного мнения, чем обращение к эмоциям и личным убеждениям» [2]. Зародившись в политических процессах, это явление охватило коммуникативные практики в целом. В условиях постправды распространяются фейковые новости, девальвируется факт сам по себе, его место занимают интерпретации [3, с. 184], что затрагивает и трансформирует не только профессиональную этику, но и институт журналистики в целом. Во-вторых, изменения в журналистике происходят под влиянием развития информационно-коммуникационных технологий. Место традиционных СМИ заняли новые медиа и конвергентная журналистика. На первый план выходят такие характеристики СМИ, как мультимедийность, интерактивность, мультиплатформенность. Спросом пользуется универсальный журналист, так как многообразие платформ потребления контента требует дополнительных компетенций, он обязан учитывать множественность инструментов для коммуникации с аудиторией [4]. Кроме того, раньше профессиональная деятельность журналиста обладала определенными чертами сакральности, т. е. профессиональные технологии были монополизированы и возведены в ранг догмы. Но цифровая революция лишила журналистику «сакральности», так как «монополизированные технологии и инструменты стали общедоступными и утратили сколь бы то ни было значимую капитальную стоимость для медиабизнеса» [5, с. 232].

Нельзя обойти вниманием и тот факт, что в условиях развития новых информационно-коммуникационных технологий журналистика сталкивается с серьезными ценностными вызовами. По мнению исследователей М. Дьюза и Д. Ешуа, интернет «формирует и переосмысливает ряд моральных и этических проблем, с которыми сталкиваются журналисты при работе в интернете или использовании онлайн-ресурсов» [6, с. 276].

Личность современного журналиста и профессиональные ориентации студентов факультетов журналистики все чаще становятся предметом изучения не только отдельных медиаисследователей и социологов [7], но и всероссийских центров изучения общественного мнения («Медиастандарт», ФОМ, Левада-центр).

Сама аудитория постоянно дефрагментируется. Журналистика соответственно становится максимально разнообразной, диверсифицируется, чтобы отвечать вкусам и запросам определенной части аудитории. Например, высококвалифицированная, критически мыслящая аудитория ожидает от журналиста качественной, верифицированной информации, за которую даже готова платить, в то время как обыватель особо не задумывается над тем, из чего состоит его лента новостей в социальных сетях.

Огромное влияние на институт журналистики, в частности на образ журналиста, оказывает блогосфера. Это выражается в том, что блогеры выполняют некоторые функции журналиста, из-за чего определенная часть аудитории часто не может отличить деятельность профессионального журналиста от деятельности блогера. По мнению А.Е. Джазоян, «процесс влияния “эмоциональной блогосферы” на деятельность журналистов выражается, в частности, в том, что сами журналисты начинают пересматривать принципы своей ответственности перед обществом» [8, с. 93].

Стоит также отметить распространение гражданской журналистики, мобильных репортеров. Каждый из нас становится полноценным медиа. Журналист теряет монополию на распространение информации, поскольку, как уже отмечалось выше, технологии ее производства и передачи доступны всем.

Активно развивается искусственный интеллект и роботизация журналистики. Робот создает новостные материалы с помощью алгоритмов. В некоторых исследованиях, посвященных изучению восприятия текстов, написанных журналистами и роботами, тексты последних оцениваются как более качественные [9].

Само наименование профессии «журналист» в последнее время кажется слишком узким, не способным выразить весь спектр функций и видов деятельности, требующихся от журналиста в цифровую эпоху. Все чаще используются такие понятия, как «специалист по работе с информацией» или «медийщик».

Вышеперечисленные процессы ведут к депрофессионализации журналистики, а следовательно, к деформации образа журналиста. Так, если раньше образ советского журналиста носил достаточно определенные очертания, т. е. воспринимался как духовный наставник, человек, который ставит интересы общества выше личных (на формирование такого образа повлияла и государственная идеология того времени), то в наше время этот образ имеет «симптомы расколотоности» [10]. Расколотоность выражается в противоречии между должным и реальным журналистики, которое обусловлено различиями в представлениях акторов, что, в свою очередь, может быть результатом «несогласованности действий разных акторов информационного поля, которые объясняются их различными взглядами на журналистику, разным представлением о ее задачах и миссии» [11, с. 197].

В данном исследовании нас интересовало восприятие молодежи, поскольку данная социальная группа в силу своего жизненного опыта не имеет возможности сравнить образ современного журналиста с его предшественниками. Кроме того, «цифровая молодежь» в основном потребляет новости из лент социальных сетей, часто не задумываясь о достоверности этой информации и предпочитая профессиональным журналистским текстам непрофессиональные блогерские.

### **Методология**

Образ мы понимаем как результат реконструкции объекта в сознании человека. Образ журналиста во многом определяется особенностями медиапотребления той или иной социальной группы, включенностью в информационное поле, доверием к источникам информации и СМИ в целом, а также степенью информированности о деятельности журналистов.

Предмет данного исследования – представления молодежи об образе современного журналиста. Задачи – исследование доверия молодежной аудитории к источникам информации, анализ представлений молодежи о роли журналистов в обществе, уровне независимости деятельности журналистов, оценке влияния журналистов на жизнь страны.

Методологической основой исследования стал онлайн-опрос студенческой и работающей молодежи города Екатеринбурга в возрасте от 18 до 30 лет ( $n = 750$ ), проведенный в 2019 г. Опрос был создан с помощью сервиса Google Forms и рассылался онлайн. Для построения выборки осуществлен квотный отбор. Среди респондентов 46,7 % – студенты, 53,3 % – работающие. 40 % составляли респонденты мужского пола, 60 % – женского. Опрос проведен в рамках коллективного исследования, посвященного изучению молодежи города Екатеринбурга. Полу-

ченные результаты были обработаны с помощью программы SPSS. Кроме того, автором проведен сравнительный анализ с данными, полученными в исследованиях фонда «Медиастандарт» (2018 г.), Левада-центра (2019 г.), ФОМ (2019 г.).

### **Результаты и обсуждение**

Доверие в современном обществе является маршрутизатором внимания и ключевым компонентом социального капитала [12]. Согласно проведенному опросу, большая часть молодежи доверяет интернет-порталам (71,8 %), социальным сетям (49,3 %) и новостным агрегаторам (30,2 %). Однако работающая молодежь в отличие от студентов чаще доверяет каналам в Телеграм (30,5 %) нежели новостным агрегаторам. Ютьюб-блогерам доверяет лишь одна пятая часть всех опрошенных. Результаты подтверждают данные исследований Левада-центра [13] и ФОМ [14]. Молодежь действительно доверяет интернет-изданиям и социальным сетям, поскольку редко использует другие каналы информации.

По мнению участников опроса, роль журналистики заключается в первую очередь в информировании общества (66,4 %), на втором месте – формирование у аудитории определенных мнений, взглядов и ценностей (61,4 %). Треть опрошенных считает, что журналисты дают оценку и объяснение фактам. Четверть респондентов полагает, что задача журналистики – помощь людям через привлечение внимания общественности. Меньшая часть молодежи считает, что журналист контролирует деятельность властей (12,3 %).

В целом данные выводы подтверждают результаты ранее проведенного фондом «Медиастандарт» исследования. Однако можно выявить расхождения в оценке таких ролей, как формирование мнения у аудитории – в российском опросе ее выбрала меньшая часть респондентов (11 %), и контроль власти, которую высоко оценила треть опрошенных [15, с. 21].

Данные расхождения можно объяснить тем, что молодежь либо аполитична в принципе, либо не видит примеров влияния СМИ на власть, поэтому роль контроля власти для молодых людей неочевидна. Что касается задачи журналиста формировать у общества мнения, взгляды и ценности, молодежь в отличие от населения в целом не связывает данную роль журналистики с идеологией или пропагандой, как это было в советский период. Кроме того, среди больших потоков информации, представленной в интернете и социальных сетях, взгляд молодого пользователя цепляется именно за материалы, имеющие выраженную позицию автора и эмоциональную окрашенность. Это такая информация, которая, как правило, вызывает общественный резонанс и большое количество противоположных мнений со стороны читателей в комментариях.

В следующем вопросе предлагалось оценить деятельность журналистов с точки зрения трех позиций: положительной, нейтральной, отрицательной. Респонденты выбирали соответствующие суждения. Большинство молодых людей придерживаются нейтральной позиции, соглашаясь с утверждением «современные журналисты зависимы от своих руководителей и действуют по их указаниям» (68,6 %). На втором месте по частоте выбора оказалось негативное суждение «современные журналисты искажают факты, вносят хаос и беспорядок» (19,2 %). Наконец, наименее популярным для молодежи оказалось утверждение «современные журналисты стараются улучшить жизнь в России, дают объективную информацию» (12,2 %).

Схожий вопрос задавался в исследовании фонда «Медиастандарт». Так, с тем, что «журналисты, как правило, зависимые, подневольные люди, которые действуют в интересах своих руководителей», согласилось больше половины респондентов (60 %). При этом половина опрошенных считает, что многие журналисты «искренне стремятся улучшить жизнь в России» (55 %). Наконец, негативное утверждение «журналисты часто вносят разлад в общество» выбрала лишь треть респондентов (36 %) [16, с. 40].

Данные расхождения в плане негативных и положительных оценок между молодежью и населением, скорее всего, связаны с тенденцией, о которой пишут исследователи фонда «Медиастандарт», замечая, что в ответах представителей молодой группы наблюдается сдвиг в сторону более негативного восприятия журналистов [17, с. 56].

### **Выводы**

Результаты исследования позволили сделать следующие выводы. Во-первых, в современной медиареальности обострилась проблема деформации образа журналиста, на возникновение которой повлиял целый ряд факторов, начиная с цифровой революции и заканчивая изменениями внутри профессии. Деформация образа журналиста выражается в противоречии между должным (выполнение журналистом тех задач, которые от него ожидает общество) и реальным (то, что журналист делает в действительности) журналистики, между представлениями различных участников медиасистемы (аудитория, бизнес, власть, сами журналисты) о миссии и задачах профессии.

Во-вторых, результаты эмпирико-социологического исследования свидетельствуют о довольно диверсифицированном общественном запросе к современной журналистике и разнообразии ожидаемых социальных ролей журналистов. Представления молодежи о современных

российских журналистах расходятся с представлениями населения в целом. Это обусловлено тем, что молодежь доверяет таким источникам информации, как интернет-сайты и социальные сети. Кроме того, важнейшими социальными ролями журналиста, с точки зрения молодежи, являются информирование, комментирование и формирование мнения и ценностей. Таким образом, современный журналист в оценках молодежи – это человек, имеющий ярко выраженную позицию, способный вызывать эмоции и формировать мнения и ценности. В то же время среди молодежи наблюдается сдвиг в сторону более негативного в сравнении с населением восприятия журналистов. Объяснить это можно, во-первых, тем, что большая часть молодежи часто не отличает труд профессионального журналиста от деятельности блогеров или гражданских журналистов. Во-вторых, в интернете молодые люди нередко сталкиваются с необъективной, неточной, непроверенной информацией, с фейковыми новостями.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты могут быть полезны журналистам и медиаменеджерам для формирования положительного образа СМИ. Кроме того, исследование актуализирует необходимость тщательной работы со студентами факультетов журналистики в области профессиональной этики.

### Ссылки и примечания:

1. Исследование проведено при финансовой поддержке проекта «Мой первый грант» Уральского гуманитарного института (Уральский федеральный университет).
2. Word of the Year 2016 is... // Oxford Dictionaries [Online]. URL: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (дата обращения: 7.11.2019).
3. Гарбузняк А.Ю. Феномен постправды: девальвация факта в медийном дискурсе // Знание. Умение. Понимание. 2019. № 1. С. 184–192. <https://doi.org/10.17805/zpu.2019.1.14>
4. Lawson-Borders Gracie L. Media organizations and convergence: case studies of media convergence pioneers. Routledge, 2006. 210 p.
5. Гатов В. Будущее журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов и др. ; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург, 2016. С. 206–267.
6. Deuze M., Yeshua D. Online Journalists Face new Ethical Dilemmas. Lessons from the Netherlands // Journal Mass Media Ethics. 2001. № 16 (4). P. 273–292. [https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1604\\_03](https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1604_03)
7. Антонова Н.Л., Хафизова В.Р. Студенты-журналисты: профессиональные намерения и ценностные ориентации в условиях медиатизации общества // Известия Уральского федерального университета. Серия 3: Общественные науки. 2019. Т. 14, № 2 (188). С. 39–46.
8. Джазоян А.Е. Иллюзия «пятой власти»: как социальные сети модернизируют журналистику // Ученые записки ЗабГУ. Филология, история, востоковедение. 2014. № 2 (55). С. 93–100.
9. Zheng Y., Zhong B., Yang F. When algorithms meet journalism: The user perception to automated news in a cross-cultural context // Computers in Human Behavior. 2013. № 86. P. 266–275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.046>
10. Быкова Ю.Н. Образ журналиста: эволюция восприятия в новейшее время // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2009. № 7. Вып. 41. С. 5–7.
11. Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Шкондин М.В. Авторская деятельность журналистов в контексте реализации миссии журналистики // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2019. № 2. Т. 2. С. 197–205.
12. Putnam R. Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. N. Y., 1993. 258 p.
13. Российский медиа-ландшафт 2019 [Электронный ресурс] // Левада-Центр. URL: <https://www.levada.ru/wp-content/uploads/2019/08/LevadaMedia2019-1.pdf> (дата обращения: 8.11.2019).
14. Источники информации предпочтения – результаты исследования [Электронный ресурс] // ФОМ. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14256> (дата обращения: 8.11.2019).
15. Образ журналиста в массовом сознании россиян – результаты исследования [Электронный ресурс] // Фонд «Медиастандарт», Исследовательская группа «Циркон», Комитет гражданских инициатив. Москва, 2018. URL: [http://www.msin-dex.ru/wp-content/uploads/2018/10/Obraz-zhurnalista-v-massovomsozdani-rossiyan\\_doklad.pdf](http://www.msin-dex.ru/wp-content/uploads/2018/10/Obraz-zhurnalista-v-massovomsozdani-rossiyan_doklad.pdf) (дата обращения: 5.11.2019).
16. Там же.
17. Там же.

### References:

- Antonova, NL & Khafizova, VR 2019, 'Journalism Students: Professional Intentions And Value Orientations in Terms of Mediatization of Society', *Izvestiya Uralskogo Federalnogo Universiteta. Seriya 3. Obchshestvennie nauki*, vol. 14, no. 2 (188), pp. 39-46, (in Russian).
- Bikova, YuN 2009, 'The Journalist's Image: The Evolution of perception in Modern Times', *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Philologia. Iskustvovedenie*, no. 7, pp. 5-7, (in Russian).
- Deuze, M & Yeshua, D 2001, 'Online Journalists Face new Ethical Dilemmas. Lessons from the Netherlands', *Journal mass media ethics*, no. 16 (4), pp. 273-292. [https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1604\\_03](https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1604_03)
- Dzhazoyan, AE 2014, 'The Illusion of The "Fifth Power": How Social Networks Modernize Journalism', *Uchyoniye zhapiski ZabGU. Philologia. Istorija. Vostokovedenie.*, no. 2 (55), pp. 93-100, (in Russian).
- Gatov, V & Amzin, A & Galustyan, A & Balmaeva, S (ed.) & Lukina, M (ed.) 2016, 'Future of Journalism: How New Media Changed Journalism', Yekaterinburg, pp. 206-267, (in Russian).
- Garbuznyak, AYU 2019, 'The Phenomenon of Post-Truth: The Devaluation of the Fact in The Media Discourse', *Znanie. Umenie. Ponimanie*, no. 1, pp. 184-192, (in Russian). <https://doi.org/10.17805/zpu.2019.1.14>
- Lawson-Borders Gracie, L 2006, 'Media Organizations And Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers. Routledge', 210 p.
- Putnam, R 1993, 'Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy', New York, 258 p.

'Russian Media Landscape', 2019, Levada-Centr, viewed 8 November 2019, < <https://www.levada.ru/cp/wp-content/uploads/2019/08/LevadaMedia2019-1.pdf>>, (in Russian).

'Sources of Information Preferences - Research Results', FOM, viewed 8 November 2019, <<https://fom.ru/SMI-i-internet/14256>>, (in Russian).

Svitich, LG & Smirnova, OV & Shkondin, MV 2019, 'The Journalists' Authorship in the context of implementation of The Journalism Mission', *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatichsheva*, no. 2, vol. 2, pp. 197-205, (in Russian).

'The Journalist's Image in the Mass Consciousness of Russians - Research Results', 2018, Fond "Mediastandart", *Issledovatel'skaya Gruppy "Tsikron"*, *Komitet grazhdanskikh iniciativ*, viewed 5 November 2019, <[http://www.msindex.ru/wp-content/uploads/2018/10/Obraz-zhurnalista-v-massovomsozdanii-rossiyan\\_doklad.pdf](http://www.msindex.ru/wp-content/uploads/2018/10/Obraz-zhurnalista-v-massovomsozdanii-rossiyan_doklad.pdf)>, Moscow, (in Russian).

Zheng, Y & Zhong, B & Yang, F 2013, 'When algorithms meet journalism: The user perception to automated news in a cross-cultural context', *Computers in Human Behavior*, no. 86. pp. 266-275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.046>.

Редактор: Смирнова Светлана Леонидовна  
Переводчик: Мельников Евгений Вячеславович