

Владимир Зазыкин: Традиционные российские СМИ теряют доверие аудитории

В «глобальной деревне» исчезают лидеры мнений.

Профessor Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ Владимир Зазыкин в рамках фестиваля «Байкальская пресса» провел круглый стол на тему «Психологические аспекты влияния средств массовой информации. Роль СМИ в предстоящих выборах». Специалист в области психологии, автор книг «Психология проницательности», «Акмеология управления», «Психология «Паблик рилейшнз» и ряда других считает, что российские средства массовой информации не готовы к предстоящим президентским выборам, если на пост главы государства будут выдвигаться Дмитрий Медведев и Владимир Путин.

Свое мнение профессор обосновал следующим аргументом: у наших СМИ есть опыт освещения выборов в условиях жесткого противостояния кандидатов, а предстоящая кампания исключает такой сценарий развития событий, так как оба кандидата постоянно акцентируют внимание прессы на своем дружественном, партнерском взаимодействии на благо народа и государства. Это значит, что средствам массовой информации придется принципиально менять стратегию и тактику работы, журналистам пересматривать подходы в освещении темы.

– Я считаю, что традиционные СМИ – телевидение, газеты, а на них приходится основная предвыборная нагрузка, не предпринимают никаких усилий, чтобы подготовиться к меняющимся условиям, – считает профессор.

Сложность предстоящим выборам в плане их освещения добавляют еще ряд моментов. Первый: существенное упущение политтехнологов в формировании имиджа ведущих российских политиков. По мнению профессора, в нем практически отсутствует нравственная компонента. При формировании образа политика традиционно применяется так называемая трехлучевая модель, на основании которой кандидат оценивается по следующим направлениям: потенциал – возраст, здоровье, трудоспособность, энергичность, стрессоустойчивость и т.д., затем рассматриваются интеллектуальные ресурсы – образование, общий уровень знаний, способности к решению стратегических, тактических, творческих задач и, наконец, третий критерий оценки – нравственные качества, на основании которых формируется образцы для подражания, поведенческие нормы у тех, кто стоит ниже в иерархии.

– И если у наших лидеров с первыми двумя «лучами» все более или менее понятно: в СМИ достаточно информации о рабочих и интеллектуальных качествах наших лидеров, то их нравственная компонента в публичном поле практически отсутствует – мы не знаем, по каким поступкам Медведев или Путин оценивают людей, они практически не дают характеристик по принципу «что такое хорошо и что такое плохо», – говорит Владимир Зазыкин. – А без нравственной составляющей картина неполная, избиратели, хотим мы этого или не хотим, будут искать ответы на важные вопросы – что есть добро и что есть зло в понимании человека, которому предстоит определять судьбу страны и мою собственную, насколько сам он соответствует декларируемым идеалам? Сегодня у СМИ нет на это ответов. Наши лидеры предпочитают занимать нейтральную позицию, не давая конкретных оценок человеческим поступкам. Когда речь заходит о каких-то сомнительных деяниях госчиновников, бизнесменов, и журналисты задают вопрос президенту или премьеру, те всегда ссылаются на юридическую практику: пусть решает суд, это компетенция правоохранительных органов и так далее. Но людям важна их человеческая оценка, им нужны позиции, на которые можно опираться, как на приоритетные, осуществляя свой собственный выбор в той или иной жизненной ситуации.

Таким образом, СМИ, как посредник между властью и социумом, не могут сегодня удовлетворить этот запрос аудитории. Кроме этого, профессор обозначил факт снижения доверия к современным средствам массовой информации со стороны избирателей: российские информационные ресурсы не имеют собственного взгляда на принципиальные, с точки зрения зрителя или читателя, вещи. Владимир Зазыкин привел пример мэра Лужкова, злоупотребления которого стали достоянием гласности во всех федеральных СМИ массово в один

МИГ.

– А где же они были раньше? Почему молчали? Это дает аудитории право думать, что российская пресса управляет из одного центра по сигналу – ату его, – говорит ученый. – Десять лет назад уровень доверия читателей к СМИ распределялся так: порядка 60% – доверяли телевидению, 20% – местной прессе, 20% – массовым газетам. Сегодня картина изменилась. Предметно ее никто не изучал, но существенную конкуренцию в этом вопросе традиционным СМИ составил интернет.

По мнению профессора, данный ресурс, будучи крайне манипулятивным по степени воздействия на потребителя, обладает самым высоким доверием аудитории. Это обусловлено, при значительном современном распространении интернет-технологий в мире и России, независимостью источников информации от официального влияния властей.

– Люди думают, раз он не контролируется властью, значит, транслирует правду. А это далеко не так. Наша лаборатория и я лично распространяли в интернете самую неправдоподобную информацию, и она находила поддержку, всерьез обсуждалась и комментировалась. Интерактивность ресурса, конечно, дает серьезное конкурентное преимущество перед всеми остальными источниками информации. Но при этом открываются и огромные возможности для использования черного пиара, и грядущие выборы не станут исключением, – констатирует профессор.

Еще одна негативная особенность современных СМИ, которую с грустью отмечает исследователь, – это снижение уровня профессионализма и общей компетентности журналистов. В российской прессе фактически исчезли лидеры мнений.

Все эти аргументы дают основание полагать, что российские СМИ слабо справляются сегодня с функциями четвертой власти. Давая большое количество «чернухи» и развлечений, они не только прививают потребителю плохие нравы, но и снижают значимость средств массовой информации как государственного института.

Автор: Нина Воронина © Областная газета ОБЩЕСТВО, БАЙКАЛ 3600 23.05.2011, 13:32

URL: <https://babr24.com/?ADE=93723> Bytes: 5836 / 5836 Версия для печати Скачать PDF

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Нина Воронина.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: @bur24_link_bot

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: @irk24_link_bot

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)