



МЕДИАКРИТИКА И МЕДИАПЕДАГОГИКА

УДК 811.161.1

МЕДИЙНАЯ КРИТИКА КАК ФОРМА ГРАЖДАНСКОГО УЧАСТИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СМИ

MEDIA CRITICISM AS THE FORM OF CITIZENS' PARTICIPATION IN MEDIA FUNCTIONING

Р. П. Баканов
R. P. Bakanov

Казанский федеральный университет, Россия, 420000, г. Казань, ул. Кремлёвская, 35

Kazan Federal University, 35, Kremlyovskaya Str., Kazan, 420000, Russia

E-mail: rbakanov@yandex.ru

Ключевые слова: медийная критика, телевизионная критика, телепередача, оценка, критерий анализа, оценка, этика, аудитория, эффективность критики.

Keywords: criticism, TV critic, telecast, evaluation criteria for the analysis, evaluation, ethics, the audience, the effectiveness of criticism.

Аннотация. В статье обобщена практика контроля качества медийного содержания со стороны медийной критики как области журналистики. Автором статьи показано, что несмотря на увеличение возможностей для граждан публично обсуждать тенденции современного телевидения, эффективность медиакритики в России продолжает оставаться низкой. Автор статьи считает, что это связано как с отсутствием четких критериев анализа медийных текстов, так и с непрофессионализмом многих авторов критических произведений. Также установлено, что просветительская функция медиакритики в федеральной печати реализуется слабо.

Resume. The article summarizes the practice of quality control of media content from the media criticism as a field of journalism. The author of the article thinks that despite an increase in opportunities for citizens to discuss publicly the trends of modern television, the effectiveness of media criticism in Russia continues to be extremely low. The author believes that this is due both to the lack of clear criteria for analyzing media texts, and with the lack of professionalism of many of its authors. It is also found that the educational function of media criticism in the federal printing me poorly implemented.

С дальнейшим увеличением воздействия медийного контента на человека, на наш взгляд, усилилась необходимость в оперативной и публичной рефлексии практики деятельности редакций СМИ на аудиторию. Ведь мощнейший потенциал массмедиа только тогда конструктивен, когда он служит интересам общества, направлен на оперативное и объективное информирование аудитории о последних событиях. Однако все чаще в публичном пространстве слышны мнения о том, что массмедиа вместо объективной репрезентации действительности искажают факты в угоду, возможно, сиюминутным коммерческим интересам своих учредителей. Мы полагаем, что к обсуждению качества творческой деятельности работников СМИ необходимо привлекать и обычных потребителей медийной продукции. Нужен честный и заинтересованный диалог между авторами медиатекстов и их аудиторией в массовой, а не только отраслевой, прессе. Много возможностей для организации постоянного осмысления «репертуара» и тенденций развития современных СМИ предлагает сеть Интернет.

Вслед за профессором А.П. Короченским мы считаем, что одной из форм осуществления публичной экспертизы качества медийных произведений в России может и должна стать медийная критика – относительно новое направление в журналистике, призванное «помочь обществу в познании новых реалий и тенденций в деятельности СМИ. Оно является



одновременно и своеобразным способом рефлексии, самопознания современной печатной и электронной прессы, и общественным зеркалом, которое призвано отражать «блеск и нищету» средств массовой информации, оказавшихся в рыночной среде»¹¹⁸. Мы полагаем, что практику организации и проведения такого рода рефлексий необходимо внедрять прежде всего в редакциях и с накоплением опыта распространять на массовую аудиторию СМИ.

Цель данной статьи – выявить и изучить современную практику организации публичного осмысления деятельности масс-медиа с помощью медийной критики в федеральном медийном/мультимедийном пространствах.

Эмпирическую базу нашего исследования составили источники, которые мы разделили на две группы в зависимости от среды их распространения. Первую группу составили 12 федеральных печатных периодических общественно-политических изданий: «Аргументы и факты», «Аргументы недели», «Газета», «Комсомольская правда», «Коммерсантъ», «Литературная газета», «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Новая газета», «Огонек», «Российская газета» и «Труд». Нас интересовала, во-первых, частотность обращения редакций данных изданий к медийной критике, во-вторых, необходимо было установить, насколько часто в экспертизе качества медийного содержания принимали участие обычные потребители информации, и в каком качестве они там были представлены.

Хронологический период исследования – с 1 января 2013 г. по 1 июня 2015 г. На наш взгляд, этого времени достаточно для того чтобы выявить и сформулировать тенденции организации информационного сопровождения своей аудитории на электронных «представительствах» указанных выше изданий.

Вторую группу источников составили сетевые коммуникативные ресурсы: форумы на сайтах телекомпаний или формы обратной связи на сайтах печатных изданий; корпоративные блоги редакций; их страницы в социальных сетях («ВКонтакте», «Facebook», «Twitter», «Instagram»), форум «о телевидении и телекритике». Изучение указанных Интернет-ресурсов позволило нам выявить современные возможности для выражения аудиторией своего мнения о качестве предлагаемой ей информации.

При выполнении исследования нами были применены следующие *методы*.

1. *Сплошной мониторинг* эмпирической базы исследования первой и второй групп за период с 1 января 2013 г. по 1 июня 2015 г. на наличие в них публикаций, содержащих оценку качества медийных произведений. Всего мы проанализировали 1287 статей в печатных СМИ и 293 текста, размещенных на форумах телекомпаний и на сайте проекта «www.tv-kritik.ru».

2. *Содержательный анализ* выявленных публикаций, позволивший определить проблематику, функции и оценочные установки их авторов.

3. *Лексико-стилистический анализ* медиатекстов, с помощью которого мы установили авторскую подачу информации, наличие/отсутствие средств художественной выразительности и других авторских приемов привлечения и удержания читательского внимания в содержащих оценку медийного контента текстах, опубликованных как в печатных СМИ, так и в сети Интернет.

4. *Сравнительно-сопоставительный анализ* авторского стиля подачи материала в публикациях по теме исследования в печатных СМИ и в Интернет-выступлениях. Мы не ставили перед собой задачу определить, кто работает эффективнее (критики-профессионалы в печати или критики-непрофессионалы во Всемирной Сети), а стремились обращать внимание на качество авторской аргументации, тематическое разнообразие и стиль выступлений критиков.

Идея рассматривать медийную критику как форму гражданского участия в совершенствовании творческой деятельности журналистов и редакций СМИ в отечественной журналистике не нова. Еще в 1960 г. первый отечественный телекритик В. Саптак обозначил проблему¹¹⁹, а в 1966-1967 гг. журналист Н. Василенко¹²⁰ и член экспериментального телевизионного объединения В. Дьяченко постарались закрепить в мысли коллег, опубликовав в отраслевых журналах тезис

¹¹⁸ Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://old.kpfu.ru/f13/rbaka-nov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (дата обращения 05.06.2015 г., режим доступа – свободный); Короченский А.П. Медиакритика как форма диалога и взаимодействия между гражданским обществом и СМИ // Акценты. Новое в массовой коммуникации. ВГУ. - Воронеж. 2003. №1.

¹¹⁹ Саптак В. Телевидение, 1960: Из первых наблюдений // Новый мир. – 1960. – № 10. – С. 177-204.

¹²⁰ Василенко Н. Пресса и малый экран // Советская печать. – 1966. – № 9. – С. 36-39.



о том, что «настоящий телекритик в своей работе исходит не из представлений телевизионных работников о плохом и хорошем, а должен всегда ориентироваться на интересы телезрителей»¹²¹. В профессиональных журналах «Журналист» и «Советское радиовещание и телевидение» такие авторы, как Г. Кузнецов, С. Муратов, Г. Фере и некоторые другие периодически осуществляли критический анализ телевизионных передач того времени, оценивая их качество с точки зрения зрителя. Например, речь шла о необходимости разнообразия аналитических жанров, разностороннего взгляда на картину дня, совершенствованию творческой деятельности в информационных передачах и т.д. К сожалению, нам не известно о реакции на замечания критиков со стороны руководства телекомпаний (была ли она?). Но то, что попытки заинтересованных обсуждений телепередач регулярно предпринимались, не может не радовать.

Однако каких-либо заметных достижений в решении данного вопроса не выявлено. С приходом к власти нового генерального секретаря ЦК КПСС Леонида Брежнева ситуация с наличием медиакритики в прессе СССР сильно изменилась. В 1970-1980-х гг., как писал С.А. Муратов, регулярной медиакритики в стране не было, но отдельные попытки анализа телепередач все же были: «Дискуссии об этике экранного журналиста... в те годы возникали чаще всего в двух случаях: когда речь шла об откровенных инсценировках в документальных программах или о случаях применения скрытой камеры в документальных фильмах. Время от времени газетные рецензии подвергали критике передачи и фильмы, где солнце всегда в зените, а люди не отбрасывают теней. Но это не оказывало никакого воздействия на экранную практику», – пишет профессор Муратов¹²².

О необходимости конструктивного анализа публикаций СМИ и телевизионных передач с учетом мнений не только опытных критиков, но и обычной аудитории заявил в своей публикации аспирант кафедры телерадиовещания МГУ им. М.В. Ломоносова, будущий соавтор первого в СССР учебника по тележурналистике А. Юровский¹²³.

Возобновившись в начале 1990-х гг., медийная критика распространилась в федеральных и некоторых региональных печатных СМИ (например, в Татарстане, Самарской, Архангельской, Ленинградской и некоторых других областях) – главным образом в виде критики телевизионной. Качество и содержание телепередач и сериалов федерального телевидения начали обсуждать едва ли не во всех популярных газетах того времени. А вот контенту разговорных радиостанций или периодической печати внимания почти не уделялось. Так продолжается до сих пор.

Проблема гражданского участия в оценке качества массмедиа, на наш взгляд, совместима с просветительской функцией медиакритики, одно из назначений которой сформировать эстетический вкус у представителей аудитории и подать пример конструктивной критики со стороны профессиональных обозревателей каждому равнодушному человеку¹²⁴. Прежде всего, опытные медиакритики должны содействовать формированию у аудитории представлений о предмете обсуждения и выработке мнений о произведениях СМИ. Причем не просто мнений, а аргументированных суждений, основанных на примерах из медиатекстов. Конструктивному осмыслению может быть подвергнуто не только качество отдельной передачи, но и тенденции функционирования современных массмедиа всех видов, а также предлагаемая, а зачастую и навязываемая аудитории «повестка дня» – инструмент формирования со стороны журналистов и руководителей СМИ представлений аудитории о реальности.

Вид медийной критики, при котором представители общественности самостоятельно обсуждают, интерпретируют и оценивают медиатексты, в начале 2000-х гг. стал называться гражданским видом этой области журналистики. Он подразумевает авторские выступления, «подготовленные телезрителями, в которых анализу, интерпретации, оценке подвергаются не только сами медиапродукты, но и деятельность журналистов. ... Позиции авторов прослеживаются четко, и содержание большинства публикаций вполне соответствует задаче

¹²¹ Дьяченко В. Охота к научению – признак силы // Журналист. – 1967. – № 8. – С.40.

¹²² Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений). – М.: Логос, 2001. – С. 16-17.

¹²³ Юровский А. Авторитет телекритики (надо найти статью) // Советская культура. – 1965. – № . – С.3.

¹²⁴ Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://old.kpfu.ru/f13/rbaka-nov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (дата обращения 05.06.2015 г., режим доступа – свободный).



медиакритики»¹²⁵. По мнению А.П. Короченского, гражданскую медиакритику представляют авторы, «действующие от своего собственного имени либо от имени тех или иных структур гражданского общества. В силу особенностей современного развития России и отечественных СМИ их произведения публикуются преимущественно в Интернете»¹²⁶.

Между тем ежедневная «повестка дня» печатных и электронных медиа периодически «радует» нас сообщениями, которые идут почти вразрез с требованиями журналистики о формировании, например, информационных выпусков (о полезности распространяемой информации все чаще забывают). Все реже героями публикаций или сюжетов становятся простые люди труда (Президент России не в счет), решения власти почти не подвергаются обсуждению, военная тематика и риторика доминируют над остальными тематическими направлениями, развлечения почти заменили собой серьезную информацию, просвещения (особенно научного или научно-популярного) на общедоступных телеканалах крайне мало. Криминальная хроника уже не укладывается в отведенные для нее передачи или рубрики в печатных СМИ и часто становится главной темой дня.

Вот лишь некоторые новости, опубликованные в федеральных изданиях.

- в Екатеринбурге неизвестный совершил неудачную попытку ограбления ломбарда при помощи клизмы с бензином¹²⁷;

- жители Татарстана караулят призраков-гномов в белых балахонах. «О появлении на холмах в темное время суток необычных существ очевидцы сообщили в соцсетях. Одному из жителей поселка даже удалось сфотографировать и снять карликов на видео», – сообщает федеральное СМИ¹²⁸;

- «Роспотребнадзор» по Курской области выступил с предупреждением об опасности делать общее «селфи» с непокрытыми голосами. Оказывается, во избежание попадания вшей с головы одного человека на другую необходимо делать «селфи», только надев на головы полиэтиленовый пакет¹²⁹. Сообщение опубликовало информационное агентство «РИА-Новости».

Забавный, на наш взгляд, случай произошел с «Газетой.ру», которая в ночь на субботу, 11 ноября 2014 г., сообщила о случае гибели молодого человека на крыше электрички в США. Издание, сославшись на «Associated Press», рассказало, что 21-летний житель Нью-Йорка утром в субботу 11 ноября погиб «от возгорания, забравшись на крышу электрички»¹³⁰. Почему эта новость заинтересовала российское СМИ, нам неясно, ведь привязки к местности здесь никакой. Суть в другом: «Газета.ру» опубликовало этот текст 11 ноября в 0.57. Разница времени между Москвой и Нью-Йорком составляет восемь часов. Значит, на момент размещения новости в американском городе было 16.57 пятницы, 10 ноября. Продолжая ссылаться на указанное выше международное информагентство, российское издание указало дату трагедии: утро 11 ноября. «Молодого человека доставили в больницу с ожогами 85% тела. На следующий день он скончался», – детализировало федеральное издание.

Что это: пример новости завтрашнего дня? Ведь после случившегося, если верить «Газете.ру» прошли как минимум сутки, и потерпевший скончался уже 12 ноября. Перед нами пример телепатии или все же российский автор текста что-то скрыл от аудитории? Мы прошли по ссылке на «Associated Press», где опубликована данная новость, датированная 10 ноября. Даты происшествия там не было, указано лишь, что «это случилось утром в минувшую

¹²⁵ Хмеленко Э. Гражданская медиакритика на Украине: предпосылки и перспективы // Журналистика-2008: стан, проблеми і перспективи: матеріали 10-й Міжнародної науково-практичної конференції / Редкал. С.В.Дубовік. Вып. 10. Мінск: БДУ, 2008. С.48.

¹²⁶ Короченский А.П. Медиакритика в блогосфере: от индивидуальной рефлексии к «параллельному» публичному дискурсу // Журналистика в 2010 году: СМИ в публичной сфере. Сб. материалов Международной научно-практической конференции. М.: факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова; Изд-во Моск. ун-та, 2011. С.19.

¹²⁷ Мужчина попытался ограбить ломбард при помощи клизмы с бензином // Лайфньюс. 2014. 10 нояб. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://lifenews.ru/news/144650> (дата обращения 14.06.2015 г., режим доступа – свободный).

¹²⁸ Жители Татарстана караулят гномов-призраков в белых балахонах // Газета.ру. 2014. 5 нояб. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: http://www.gazeta.ru/social/news/2014/11/05/n_6622841.shtml (дата обращения 14.06.2015 г., режим доступа – свободный).

¹²⁹ Роспотребнадзор советует не делать «селфи», дабы не плодить вшей // РИА-Новости. 2014. 27 окт. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://ria.ru/society/20141027/1030324893.html> (дата обращения 14.06.2015 г., режим доступа – свободный).

¹³⁰ В США человек сгорел на крыше электрички // Газета.ру. – 2014. – 11 нояб. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: http://www.gazeta.ru/social/news/2014/11/11/n_6638389.shtml (дата обращения 14.06.2015 г., режим доступа – свободный).



субботу»¹³¹. Таким образом, мы имеем дело с халатным отношением корреспондента и группы выпуска российского массмедиа, потому что в ночь с пятницы на субботу, когда, по всей видимости, в нашей стране никаких новостей не случилось, а ленту необходимо оперативно заполнять, было принято решение опубликовать это сообщение, переведя его с английского. Хоть материал вышел без авторской подписи, кто-то над текстом работал. Получается, что под видом оперативных международных новостей аудитории в ночь на предстоящий выходной день аудитории подсунили некачественный информационный продукт (факт имел место несколько дней назад, но его «актуализировали», поставив сегодняшнее число), а выпускающий редактор понадеялся на то, что никто все равно проверять новость не будет?

Мы ознакомились с этим сообщением примерно через 40 минут после его размещения и быстро установили вышеуказанное несоответствие, о чем написали по указанному электронному адресу на сайте газеты. Ответа мы так и не получили, а неисправленный текст «висит» на сайте и сейчас.

Подобные курьезы можно встретить в медийной «повестке дня» по несколько раз в день. В чем польза для аудитории от таких «новостей»? Об этом можно только догадываться. Мы полагаем, что увеличение потока таких, большей частью развлекательных, сообщений есть прямое следствие повышенного в последние несколько лет внимания журналистов к поиску информации в социальных сетях. «Прошло время, когда люди читали новости, – сказал нам недавно один коллега, – теперь новости сами читают людей». Однако в погоне за рейтингом, за возможность первым поведать миру о случившемся и собрать как можно больше комментариев эмоциональных читателей (телезрителей), журналисты все реже проверяют поступившую к ним информацию, критически оценивая социальную значимость многих сообщений. От того появляются в массовых газетах заметки о том, к примеру, что в Казани: кошку сильный ветер якобы протащил около 200 метров до реки Казанки. Причем попало ли домашнее животное в реку или осталось на берегу никто не выяснил – автор поста в популярной соцсети фото не выложил, тем самым не сделав информацию убедительной.

Помимо этого, телевидение с помощью сериалов или частых показов в новостях героизирует многих персонажей из криминальной хроники. Чем сильнее ты «отличишься», совершив как можно больше нехорошего, тем больше и дольше тебя будут показывать, скорее всего, возьмут несколько интервью. А вот о человеке труда российские журналисты запомнили: ему место в ночных эфирах или днем, когда многие зрители на работе. В настоящее время очень мало расстояние между обычным гражданином и «звездой» телеэкрана: сегодня ты живешь и никого не трогаешь, а завтра можешь стать героем криминальной хроники, а если проступок будет серьезным, то и в обычных новостях о тебе расскажут. Возможно, что-то исказят, в чем-то домыслят – чего не сделаешь для рейтинга?

Эти и подобные факты и тенденции деятельности современных СМИ должны стать предметом изучения медийной критики, в частности, с точки зрения реализации ее просветительской функции, т.е. формирования у обычных граждан, во-первых, культуры потребления медийных произведений, во-вторых, навыков самостоятельной конструктивной их критики. Мы полагаем, что опытные критики своими регулярными публикациями на страницах федеральных изданий должны подавать пример аудитории в том, как необходимо осуществлять критический анализ медийных текстов.

Однако изучение выступлений газетных медийных критиков позволяет сделать вывод о том, что вся их практика оценки содержания СМИ сводилась к подготовке небольших по объему (в среднем около 110 газетных строк) текстов, как правило, в жанрах реплики, мини-рецензии или мини-обозрения. Авторы работ не привлекали обычную аудиторию для оценки телевизионных передач (в федеральных газетах других направлений медиакритики кроме критики телевизионной нами выявлено не было), выступали исключительно от своего имени, очень редко упоминая или цитируя кого-либо из обычных телезрителей. Таковы приемы работы И. Петровской («Новая газета»), частично А. Мельмана («Московский комсомолец»), С. Беднова («Труд»). Указанные авторы цитировали большей частью короткие сообщения, поступающие из социальных сетей. Таким образом, можно сказать, что в подготовке регулярных итоговых содержащих анализ медиатекстов обычные граждане почти никак участия не принимали.

В «Литературной газете», наоборот, старались показать, что мнение обычных телезрителей важно редакции и будет иметь значение при проведении анализа произведения.

¹³¹ Мы проверили находящуюся в заметке «Газеты.ру» ссылку на новость, размещенную в агентстве «Associated Press». К сожалению, она была ранее удалена. Однако в день публикации новости ссылка на материал международного агентства работала.



С этой целью, а также ради демонстрации какой-никакой, но объективности, разности мнений в структуру раздела «Телеведение» была включена еженедельная рубрика «А вы смотрели?» или «А нам прислали». Каждую среду в данной рубрике публиковалось 3-4 небольших оценочных суждения по вышедшим в эфир телепередачам и никогда – оценка тенденциям современного телевидения или практике творческого функционирования конкретного телеканала. Содержательный анализ публикаций вышеуказанных рубрик позволяет делать вывод о том, что все они были небольшими, личностными, эмоциональными, освещающими только одну сторону медийного произведения работами. Что освещалось? Плохая (на взгляд авторов сообщений) игра конкретных актеров в сериалах; проблема использования несмешных шуток в развлекательных телепроектах; повышенные интонации, на которых ведутся диалоги в сериалах и т.д.

В рубриках очень редки тексты с положительной оценкой «репертуара» современного телевидения. При ознакомлении с текстами у нас складывалось впечатление, что предназначением данной рубрики был, образно выражаясь, «выпуск пара» у телезрителей, ведь принципом ее формирования стала «формула» «увидел – не понравилось – написал». На наш взгляд, положительной стороной данных рубрик является то, что обычным людям, которые не могут остаться равнодушными к качеству современного медийного контента, предоставляется возможность публично заявить о тех или иных существующих на телевидении или вообще в медиасфере проблемах и доказать их существование. Отрицательная сторона: слабая эффективность работы, поскольку материалы идут потоком, а их авторы – неопытные критики – не владеют приемами подачи информации. Думается, чтобы был результат, необходимо постоянно публично говорить о выявленных недостатках, а также не просто поднимать шум в рамках отведенного под данную рубрику места на газетной полосе, но и привлекать экспертов, во-первых, для углубленного изучения выявленных проблем и соответственно придания большей аргументированности высказанным суждениям и, во-вторых, для дальнейшего обучения граждан основам самостоятельной конструктивной медиакритики.

Таким образом, рубрики «А вы смотрели?» и «А нам прислали» в «Литературной газете», на наш взгляд, принимая во внимание все указанные выше недостатки, можно рассматривать в качестве примера участия аудитории в оценке деятельности средств массовой информации.

Помимо данных рубрик, в настоящее время у медийной аудитории есть несколько других возможностей для выражения собственного мнения о качестве медийных произведений и наблюдаемых в деятельности СМИ трендах:

1. *Специализированные сетевые проекты, созданные с целью обмена мнениями о различных телепередачах.* Например, форум «Телекритик.ру» (сайт www.tv-kritik.ru/forum) появился в Глобальной Сети в середине 2000 г. (точная дата неизвестна). Слоган проекта: «Форум о телевидении, передачах и их критике». Обладает простой навигацией: если пользователь Сети захочет ознакомиться с мнениями других граждан о качестве телепередач, скажем, телеканала «СТС» или поделиться своими наблюдениями о его программах, он найдет всю нужную ему информацию в «ветке» форума, названной так же, как и канал: «СТС». Далее все структурировано в зависимости от названия телепередачи: если что-то хотите сказать о проекте «Даешь молодежь!», то вам надо обратиться в соответствующий раздел, о сериале «Воронины» – в другой, о «Шесть карах» – в третий. Здесь каждый желающий может опубликовать свои впечатления от просмотра той или иной передачи (фильма). По состоянию на 1 июля 2015 г., на форуме всего был зарегистрирован 721 пользователь, из которых всего 12 имели статус активных. На сайте с разной периодичностью обсуждалась 941 тема, породившая почти 46830 сообщений. Рекорд одновременного пребывания на сайте (297 уникальных посетителей) зарегистрирован модераторами 20.01.2009 г. в 2 часа 57 минут¹³².

Структура форума такова. Существует три раздела: «Российские телеканалы», «Фильмы» и «Барахолка», каждый из которых содержит несколько подразделов. Зарегистрированным на форуме Интернет-пользователям предлагается обсуждать контент и программную политику только федеральных телекомпаний. Кроме того, есть «ветка» «Рецензии, статьи, заметки». По числу обсуждаемых тем лидирует «Первый канал» (145), на втором месте «Россия 1» (74), далее следуют «Культура» (62), НТВ (44), РЕН ТВ (33), СТС (28), ТНТ (26). Реже всех аудитория обсуждала передачи телеканала «DISNEY» (всего 1 направление).

¹³² Статистика форума о телевидении, передачах и их критике «Телекритик.ру». – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://www.tv-kritik.ru/forum/> (дата обращения 01.07.2015 г., режим доступа – свободный).



2. *Блоги телевизионных критиков.* Блог – это «личный сайт пользователя, доступный общественному просмотру и состоящий из регулярно обновляемых записей, изображений и мультимедиа. Предполагает публичную полемику читателя с автором. Для блогов характерны короткие записи, ограниченные непродолжительным отрезком времени, отсортированные в обратном хронологическом порядке»¹³³. Так, свои сетевые ресурсы (и аудитория) есть у Ю. Богомолова (независимый телекритик, ранее сотрудничал с «Российской газетой») ¹³⁴ и К. Ковалева (творческий псевдоним «Константин Ковалев-Случевский», «Литературная газета») ¹³⁵, А. Гусятинского («Комсомольская правда») ¹³⁶ и других обозревателей. Сетевой дневник – возможность получения оперативной реакции аудитории на работу критика. Как показал проведенный нами мониторинг сетевых дневников телевизионных критиков, назначение их сайтов – прямой диалог с телезрителями, стремление оперативно сообщить им что-то новое из околотелевизионного мира. Однако массового обсуждения выявленных критиками тенденций телеэфира пока не получается: свои комментарии под публикациями оставляют единицы телезрителей. Скорее всего, это поклонники творчества данного телекритика, которые стараются не пропустить каждое его выступление. Российским телекритикам необходимо по примеру их зарубежных коллег учиться рекламировать свои ресурсы в разных аудиториях.

3. *Звонок в студию специализированных радиопередач с дальнейшим высказыванием своего суждения.* В середине 2000-х гг. на федеральных радиостанциях разговорного формата реализовывалось шесть таких проектов, сейчас же всего один: утренняя субботняя передача «Человек из телевизора» на радио «Эхо Москвы»¹³⁷. В сетке вещания этой же радиостанции есть воскресная вечерняя передача «Телехранитель»¹³⁸, но туда в основном приглашаются создатели передач, актеры – герои сериалов, и т.д. Всякий раз ведущая этой телепередачи Е. Афанасьева выбирает социальную проблему, а под нее – соответствующую передачу (как правило, премьеру или рейтинговый продукт) для презентации и небольшого обсуждения. По сравнению с «Человеком из телевизора», по форме напоминающей, на наш взгляд, разговор двух соседей, критикующих ТВ и телевизионных персон на кухне за утренним кофе, «Телехранитель» официальнее. В нем очень мало критики как со стороны приглашенных в студию работников телевидения, так и от представителей общественности, за исключением новогодних и Первомайских каникул, когда обычно устраиваются так называемые конференции с телезрителями, у которых есть возможность кратко выразить свои суждения о качестве телепередач. К сожалению, в настоящее время представителям аудитории отводится все меньше времени (минут 5-7), чтобы выйти в прямой радиэфир и похвалить/поругать какую-либо передачу. Ведущие предлагают слушателям воспользоваться пейджером или страницей передачи в социальной сети, но где гарантия, что на твой пост ведущие обратят внимание и прочитают его в эфире?

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим выводам.

Во-первых, ежедневно воздействующий на человека поток информации, получаемый при помощи массмедиа, на наш взгляд, нуждается в постоянном рецензировании. Опытные, сотрудничающие с федеральными газетами, критики в силу ограниченности объемов полос не успевают охватить вниманием даже все значимые проекты. Думается, что в этом случае медийная критика как одна из областей журналистики должна гораздо активнее осуществлять свою просветительскую функцию, выраженную в формировании эстетического вкуса и

¹³³ Жилавская И.В. Информальная медиасреда как фактор развития медиаобразования // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы Шестой Международной научно-практической конференции 22 – 24 октября 2009 года / Под. ред. В.З. Гарифуллина / Вып. ред. Р.П. Баканов. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2009. – С.334.

¹³⁴ Блог Юрия Богомолова. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://bogomol37.livejournal.com/> (дата обращения 01.07.2015 г., режим доступа – свободный).

¹³⁵ Следы на теле. Регулярные блог-обзоры российского ТВ К. Ковалева-Случевского. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://www.kkovalev.ru/Sledy-na-tele.htm> (дата обращения 01.07.2015 г., режим доступа – свободный).

¹³⁶ Блог обозревателя отдела «Телевидение» «Комсомольской правды» А. Гусятинского. . – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://www.kp.ru/daily/author/145/> (дата обращения 01.07.2015 г., режим доступа – свободный).

¹³⁷ Человек из телевизора. Еженедельная передача. Ведущие К. Ларина и И. Петровская // Радио «Эхо Москвы». Эфир каждую субботу в 11.08. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://echo.msk.ru/programs/personstv/> (дата обращения 01.07.2015 г., режим доступа – свободный).

¹³⁸ Телехранитель. Еженедельная передача. Ведущая Е. Афанасьева // Радио «Эхо Москвы». Эфир каждое воскресенье в 18.10. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://echo.msk.ru/programs/tv/> (дата обращения 01.07.2015 г., режим доступа – свободный).



культуры потребления медиатекстов среди обычных граждан. По указанию сверху или по иной команде сделать это едва ли возможно, поэтому акцент в первую очередь должен быть сделан на учащейся молодежи: школьниках и студентах. Необходимо активнее внедрять в школах занятия по медиаобразованию, на которых слушатели получали бы сведения, например, об используемых современными СМИ манипулятивных технологиях, а также о том, как им эффективнее противостоять.

Во-вторых, в изданиях, составивших эмпирическую базу нашего исследования, за исключением «Литературной газеты» (рубрики «А вы смотрели?» и «А нам прислали») за период мониторинга никто не публиковал текстов от представителей аудитории, содержащих оценку содержанию всех или одного вида СМИ. Гражданской медиакритики (телекритики) в отечественной периодической печати почти нет, да и та, что есть в «Литературной газете», предсказуема в оценках: все иностранное сразу же «награждается» отрицательной оценкой, тогда как положительных откликов почти не было. Отсутствие желания представителей аудитории публично анализировать медийное содержание мы можем объяснить недоверием граждан к такому способу повышения качества медийных произведений. Для того, чтобы ситуация исправилась, необходимы четкие критерии анализа как телепередач, так и газетно-журнальных публикаций, потому что без них любой человек может предъявить претензию в необъективности суждений.

В-третьих, имеющиеся в настоящее время Интернет-ресурсы и мобильные сервисы, позволяющие распространять свои точки зрения о качестве медийного контента и соответственно вести медиакритическую деятельность, постепенно набирают популярность. Однако какого качества там публикуются тексты? Краткие, нелогичные, часто содержащие нецензурные слова, эмоциональные, часто не аргументированные, но относительно оперативные – можно ли это назвать медиакритикой? Можно, ведь там обсуждается содержание СМИ, формулируются его оценки. Не сформирована у нас пока еще культура проведения анализа медийного «репертуара» и подачи информации об этом в Интернете. Надо стремиться повышать ее уровень.

Таким образом, в настоящее время медийная критика, несмотря на многолетнюю историю своего становления в СМИ разного уровня, на наш взгляд, продолжает осуществлять только первые шаги в развитии гражданского участия в деятельности редакций массмедиа. Чтобы совершенствоваться далее, необходимы новые авторы (возможно, начинающие журналисты), которые сформировали бы единые критерии анализа телепередач и публикаций в печатных изданиях и соблюдали бы их. Если этого не будет, то все останется по-прежнему: критика ради критики, но без авторитета среди журналистов.