

МЕДИЙНАЯ КРИТИКА В РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ: ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ

Р.П. Баканов

*Казанский
(Приволжский)
Федеральный
университет*

*e-mail:
rbakanov@yandex.ru*

В статье анализируются проблемы, связанные со становлением в российской журналистике такого нового для нее направления, как медийная критика. По аналогии с литературной, кино- или музыкальной критикой она должна стать способом познания и общественной рефлексии разных сторон деятельности СМИ. Изучив подшивки 13 общероссийских и 9 региональных изданий за 2000-е годы, мы выявили несколько тысяч публикаций о практике современных средств массовой информации. В подавляющем большинстве материалов речь идет о телевизионных передачах и принимающих участие в них известных персонах. В статье освещаются проблемы, связанные с качеством современной медийной критики в российской прессе.

Ключевые слова: медийная критика, телевизионная критика, медиатекст, критик, оценка, этика, аудитория.

Введение

Телевизионная критика как направление в журналистике впервые проявилась еще в средствах массовой информации советского времени. В октябрьском номере журнала «Новый мир» за 1960 год театральный критик Владимир Саппак опубликовал статью «Телевидение, 1960: Из первых наблюдений» [1]. 26-страничный материал через два года стал частью книги «Телевидение и мы: Четыре беседы», которую собрали родные уже после смерти Саппака. Издание не академичное, стиль изложения эмоционален, автор постоянно размышляет, делится с читателем своими переживаниями от увиденного, рассуждает о специфике телевидения, его феномене. В. Саппак является первым телекритиком в нашей стране. Его единственная книга (хотя ее он не успел закончить) стала на многие годы популярной у работников телевидения. В августе 2007 г. «Телевидение и мы» переиздали в третий раз.

Современные реалии таковы, что, по данным опросов различных социологических групп, телевидение является главным источником как получения информации, так и развлечений почти для 80 % жителей нашей страны. Результаты исследований ВЦИОМ, проведенного 1-2 мая 2010 года, показали, что 92 % опрошенных получают информацию преимущественно посредством ТВ. Телевидение – самый популярный источник информации среди жителей малых и средних городов (93-94 %) и пожилых граждан (96 %) [2]. При увеличении количества телевизионных программ и каналов, качество телепередач остается весьма неоднородным по содержанию. Соответственно и отношение населения страны к данному средству массовой информации неоднозначно.



Периодически можно прочесть признания тех, кого сейчас принято называть «телекритиками», что они лишь журналисты, пишущие о телевидении. Само по себе понятие «критик» сегодня неоднозначно – это и вдумчивый, глубокомысленный и беспристрастный аналитик, и обозреватель, кратко пересказывающий сюжет для читателей глянцевого журнала, и специалист по рекламе, деятельность которого сводится к увеличению аудитории читателей «заказанных» произведений. Трансформируются функции критики. При этом, в условиях гиперизбытка информации, критика как направление становится самодостаточной – потребителю развлекательных журналов, чтобы показать свою осведомленность, достаточно прочитать публикации в газетах или журналах.

Есть общие определения понятия «критика». Следуя им, можно проводить анализ произведений. Но в своей работе каждый критик руководствуется собственным представлением о творческом идеале. Кроме того, в современных условиях функционирования СМИ, скорее всего не последнюю роль играет и совпадение позиций телекритика с точкой зрения публикующей его выступления редакции.

Профессор БелГУ А.П. Короченский выделяет следующие виды медийной критики: научно-экспертную; профессиональную («внутрицеховую», корпоративную); массовую, постепенно формирующийся в последние несколько лет гражданский вид медиакритики. Помимо этого, данное направление теоретически имеет свои блоки: телевизионная критика, радионная критика, критика печатных СМИ и критика Интернет-проектов. Однако, как показали результаты проведенного нами анализа федеральных печатных изданий, медийная критика в них представлена главным образом в виде критики телевизионной.

Телевизионная критика движется в русле общего современного направления литературной критики. Однако анализ творческого своеобразия телевизионной продукции проводится все реже.

Непростая ситуация также складывается сейчас и с пониманием и телекритиками, и аудиторией функций материалов о телевидении. Нередко авторы публикаций предлагают читателям свою точку зрения, при этом, возможно, сознательно играя на некомпетентности или неподготовленности аудитории к адекватному восприятию текстов, содержащих негативную информацию о деятельности конкретной редакции.

Чтобы предметно вести разговор о телевизионной критике как области современной журналистики, необходимо определить, какое место в журналистике она занимает. Наша позиция в данном случае заключается в том, что телевизионная критика – это своего рода компас, помогающий аудитории ориентироваться в громадном потоке информации, получаемой посредством телевидения. Любая критика, выносящая на суд общественности анализ качества только тех медийных продуктов, которые своим появлением вызвали определенный общественный резонанс, избирательна.

Внимание телекритиков, прежде всего, должно быть направлено на все, что отражает представления аудитории о тех или иных ценностях, идеалах, мечтаниях, поскольку именно таков предмет телевизионной критики.

Кроме того, с помощью телевизионной критики у общества есть возможность проводить своего рода творческую экспертизу на предмет соответствия/несоответствия реальной действительности отображаемой телевидением картины мира. С помощью медийной критики аудитория должна, наконец, постараться реализовать свое право общественного контроля над СМИ.

В нашей стране продолжает усиливаться процесс медиатизации общества, идет взаимопроникновение, конвергенция печати, радио и телевидения. В современной российской журналистике медийная критика, по примеру зарубежных стран, должна стать одной из форм не только саморегулирования журналистского сообщества, но и дать аудитории право на озвучивание и отстаивание собственных интересов в отношении



СМИ. Думается, что практика реализации данного права может стать еще одним важным шагом российского общества к демократии.

С вхождением СМИ России в стадию рыночных отношений, в информационный рынок увеличивается необходимость критического анализа содержательной стороны всех видов СМИ.

Еще одной проблемой является то, каким образом можно побудить российскую аудиторию осознать, что в ее же интересах не только знакомиться с опубликованными выступлениями, содержащими оценку деятельности редакций, но и рассматривать такие материалы и рубрики в качестве реальной возможности выразить СМИ собственную точку зрения, оценки их деятельности. Что надо сделать журналистам, чтобы начать полноценный диалог со своей аудиторией?

Издаваниям, публикующим медийные рубрики, необходимо пригласить читателя к конструктивному диалогу. Также имеет смысл разъяснение цели и задач медийной критики. Необходимо регулярнее и оперативнее публиковать зрительские письма, приходящие в редакцию. Кроме того, при этом журналистам не следует скрывать свою точку зрения. Должна быть проявлена взаимная заинтересованность журналистов и аудитории.

В настоящей статье применяется определение медиакритики, данное А.П. Короченским: «Медийная критика – особая область журналистики, которая призвана помочь обществу в познании новых реалий и тенденций в деятельности СМИ. Она 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» [3].

20 сентября 2010 г. отечественной телевизионной критике исполнилось пятьдесят лет. Именно в тот день полвека назад редактором журнала «Новый мир» А.Т. Твардовским был подписан в печать номер со статьей В. Сапжака. Пять десятков лет – значительный период. За это время телевизионная критика и развивалась, и после слов председателя Гостелерадио СССР С.Г. Лапина «Критиковать телевидение все равно, что критиковать советскую власть» около двадцати лет была под негласным запретом. В начале 1990-х годов, вместе со становлением коммерческого и многопрограммного телевидения в нашей стране, это направление снова представлено на страницах как федеральных, так и региональных изданий. В наши дни телевизионная тема занимает далеко не последнее место на страницах развлекательных и общественно-политических печатных СМИ.

Анализ теоретической литературы

Медиакритика как новое направление в журналистике России пока мало изучено. В основном данная тема является информационным поводом для подготовки отдельных научных статей в профессиональных журналах. Рассматривается не медийная критика как таковая, а одна из ее составных частей – телевизионная критика. Авторы публикаций – известные в нашей стране телевизионные критики: А.С. Вартаков [4], Г.В. Кузнецов [5], И.Е. Петровская [6]. Как правило, в своих выступлениях они пытаются ответить на вопросы: «Что представляет собой российская телевизионная критика? Каков ее предмет, критерии для объективного анализа передач, каким образом можно повысить эффективность телекритик?»

Из отдельных исследований на данное время издана всего одна монография, посвященная анализу медийной критики как самостоятельного направления в современной российской журналистике. Ее автор, А.П. Короченский, комплексно рассматривает медиакритику с теоретической точки зрения: выявляет ее функции, виды, определяет особенности данного журналистского направления как в зарубежных, так и российских печатных СМИ, а также в Интернете. Ученый показывает и доказывает, что медиакритика – новое направление для российской журналистики, но именно она может помочь



населению нашей страны преодолеть пассивность в потреблении информации, предлагаемой через СМИ [7].

Телевизионной критике посвящены отдельные главы в работах С.А. Муратова, Г.В. Кузнецова и В.В. Прозорова. Однако в произведениях первых двух авторов телекритика подается сквозь призму профессионально-этических качеств телевизионных работников. Исследуя досконально ежедневный эфир ведущих отечественных федеральных телекомпаний и эпизодически публикации в СМИ, ученые приходят к выводу о низком уровне телевизионной критики в нашей стране. С.А. Муратов считает, что критика, ежедневно соприкасаясь с «социально безответственным и депрессивным телевидением» (поскольку, с переориентацией работников телевидения с интересов аудитории на получение коммерческой выгоды, данный вид СМИ сделал ставку на передачи на криминальную и развлекательную тематику), сама становится похожей на него [8]. Г.В. Кузнецов отмечает крайнюю степень политизированности российской телекритики середины 1990-х годов. По его мнению, в постперестроечное время наблюдается крайне низкая степень ответственности журналиста не только перед своей аудиторией, но и перед самим собой [9].

В.В. Прозоров полагает, что необходимо разработать и включить в программу образовательного стандарта подготовки профессиональных журналистов обязательный курс «история журналистской критики» с дальнейшим введением специализации «журналистская критика» (в данном случае под журналистской критикой понималась медиакритика). Ученый высказал мнение, что «журналистская критика – недостаточно проясненная пока профессиональная сфера». И говорить, что она существует в России в полной мере, пока преждевременно [10]. Отмечается присутствие журналистской критики (публикации в СМИ), в то же время полная неопределенность в ее критериях позволяет авторам не столько вести конструктивное обсуждение творческих недостатков медийного содержания и отдельных творческих групп, но в ироничном тоне издеваться над объектом исследования. В.В. Прозоров убежден, что медийная критика должна сочетаться с медийной этикой.

Кроме того, о медиакритике как о новом направлении в современной журналистике России кратко речь идет в современных учебных пособиях и сборниках по журналистике [11].

В отличие от России, практика медийной критики в зарубежных странах богаче, вследствие чего там издано больше литературы о данном журналистском направлении. В разных странах мира (Германии, Великобритании, США, Канаде и других) высшие учебные заведения выпускают периодические издания для журналистов-профессионалов, посвященные проблемам саморегулирования журналистского сообщества, роли медиакритики в нем.

Кроме того, медийная критика рассматривается как одна из необходимых форм медиаобразования, в частности, способствуя развитию способностей, уровня оценки и эстетического восприятия, постоянному повышению способности каждого гражданина к критическому восприятию медийного содержания. Данной точки зрения придерживаются Я.Н. Засурский [12], А.В. Федоров [13], А.П. Короченский [14], С.Г. Корконосенко [15], Н.Б. Кириллова [16], С.А. Муратов [8], С.Н. Ильченко [17], А.В. Шариков [18], С.К. Шайхитдинова [19]. Они полагают, что основам критического восприятия медийного содержания необходимо обучать еще со школьного возраста.

Преподаватели факультетов и отделений журналистики обратили внимание на данное направление всего восемь лет назад. В 2002 году в Ростове-на-Дону была издана монография А.П. Короченского «"Пятая власть?" Феномен медиакритики в контексте информационного рынка». На следующий год этот ученый защищает докторскую диссертацию по проблемам медийной критики. С тех пор в научной литературе периодически публикуются проблемные статьи, в которых содержится анализ выступлений телекритиков, говорится об этических стандартах оценки телепередач, исследуются жанры медиакритики. В 2006 году в России, в Казанском (автором этих строк [20])



и Саратовском (О.В. Чиненовой [21]) университетах, были защищены две кандидатские диссертации о специфике телевизионной критики в нашей стране в 1990-е годы.

Методы исследования

В ходе исследования нами были применены следующие методы.

1. *Сплошной контент-анализ* федеральных и региональных (Республика Татарстан) печатных изданий за период 2000 – 2009 годы на предмет выявления:

– частоты публикации материалов как с оценкой медийного содержания (телевизионных, радионных передач, газетно-журнальных текстов), так и без нее;

– методов анализа содержания СМИ, которые применяют медийные критики.

Для изучения нами были выбраны:

а) тринадцать наиболее тиражных общественно-политических изданий: «Аргументы и факты», «Время новостей», «Газета», «Известия», «КоммерсантЪ», «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Московские новости» (с 1 января 2008 г. прекратила существование), «Московский комсомолец», «Новая газета», «Независимая газета», «Российская газета» и «Труд».

б) Печатные СМИ, издающиеся на русском языке и распространяющиеся на территории Республики Татарстан (РТ) – всего девять наименований. Сюда включены и региональные вкладыши к федеральным газетам. Отметим, что «Республика Татарстан», «Известия Татарстана», «Время и деньги», «Молодежь Татарстана», «Казанские ведомости» являются государственными СМИ. Учредителями «Вечерней Казани», «АиФ – регион», «Звезды Поволжья» и «Комсомольской правды – Татарстан» стали трудовые коллективы редакций и частные лица.

в) В третьей группе источников – публикации телевизионных критиков и ученых в профессиональных отраслевых журналах: «Журналист», «Журналистика и медиарынок» (ранее «Профессия – журналист»), «Журналистика и культура русской речи», «Искусство кино», «Среда», «Телевидение и радиовещание» (с 1993 г. – «Телерадиоэфир») и «Телефорум». Сюда же отнесем статьи о телевидении в научных журналах «Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика», а также в научном и учебно-методическом издании «Тонус» факультета журналистики и социологии Казанского государственного университета.

2. *Содержательный анализ материалов*, содержащих медийную критику. Данный метод позволил нам глубже изучить, из чего складываются авторские оценки тому или иному медийному произведению; насколько объективен / субъективен критик в своей работе; лексико-стилистическое своеобразие выступлений каждого аналитика.

3. *Метод сравнительно-сопоставительного анализа* приемов и способов оценки практики деятельности СМИ со стороны критиков, сотрудничающих с разными редакциями. С помощью этого метода мы постарались не только сопоставить авторские приемы и критерии оценки медийного содержания, но и определить проблемы, характерные для современной медийной критики в российских СМИ.

Результаты и их обсуждение

Разговор об актуальных проблемах современной медийной критики нам бы хотелось начать с ситуации ее научного осмысления в России.

Несмотря на то, что внимание ученых к проблеме медиакритики становится все более пристальным, на наш взгляд, актуальным является обобщение и систематизация выступлений критиков в периодической печати, начиная с 1960-х годов. Да, постоянно публикации, содержащие анализ функционирования СМИ, становятся «фундаментом» для научных исследований, на их основе пишутся статьи, пособия, тезисы докладов научных конференций. Говоря о данной проблеме, мы, прежде всего, отмечаем отсутствие сборника (хрестоматии) лучших публикаций отечественных телевизионных критиков. Уверены, книга эта пригодится как преподавателям дисциплин по медиакритике, медиаобразованию, истории отечественной журналистике, так



и студентам. Собирая материалы проведения исследования, мы выяснили, что в газетах и отраслевых журналах разных лет опубликовано много выступлений телекритиков Г. Кузнецова, С. Муратова, В. Цвик, В. Дьяченко, Г. Фере, В. Вильчека и других, которые не только анализировали современный им телеэфир, но и размышляли о специфике телекритики, ее задачах, объекте и предмете. Именно эти люди (почти все они – не только ТВ-аналитики, но и авторы телепередач) первыми начали исследовать не только природу и феномены телевидения, но и мнение печати о своем информационном «конкуренте». Материала для исследований было очень много.

Многие работы опубликованы в изданиях до 1995 года и, соответственно, не представлены в Интернете. А ведь в них содержится много фактов, которые могли бы стать полезными студентам не только при изучении дисциплин по тележурналистике, но и по теории художественно-публицистических жанров, а также специфике критики как вида творческой деятельности. Тем более что сейчас меняется не только телевизионная критика, но и авторские подходы к ней. Образовательная роль таких выступлений очевидна.

Следующую проблему современной российской медийной критики можно сформулировать как отсутствие комплексности. В настоящее время медиакритика представлена в печатных изданиях главным образом лишь критикой телевизионной. В 2006 – 2007 гг. в «Литературной газете» примерно один раз в полгода выходила рубрика «Радиорубка», в которой анализировался контент современных радиостанций, но в 2008 г. материалов на эту тему не выявлено. Как в федеральных, так и в республиканских печатных СМИ отсутствует критический анализ тенденций и явлений, наблюдаемых в газетах и журналах, в электронных средствах массовой информации. Если обратиться к публикациям, в которых говорится о телевидении, то можно увидеть, что уровень российской телекритики, увы, пока невысок.

Если судить по количественным показателям, то можно сделать вывод, что телевизионная критика широко представлена на страницах федеральных газет. Только за 2009 год нами выявлено около 600 газетных публикаций, содержащих анализ телепередач, а также размышления о тенденциях современного телепроизводства. Критики выставляли самые разные оценки творческим коллективам.

Но насколько качественна российская телекритика? На наш взгляд, сейчас она, как и в начале 1990-х годов, все еще находится на стадии своего становления. До сих пор даже в профессиональном сообществе не прояснен ее статус. Телекритик (медиакритик вообще) – кто он? С какой целью анализирует передачи и выставляет оценки ее авторам? Какие характеристики у его целевой аудитории, да и есть ли она? Можно ли считаться с мнением критика, если большинство его впечатлений от медийных продуктов субъективны?

На сегодняшний день отечественная ТВ-критика пока не установила для себя четких критериев анализа. Отсюда – плюрализм мнений в публикациях. В 1990-х гг. анализировать ТВ стало модно: в каждой федеральной газете было много критических отзывов о передачах, лицах телеканалов, генеральных директорах телекомпаний. Наряду с вдумчивыми исследованиями, на газетных полосах присутствовали и выступления, основанные только на эмоциях, желании еще раз пересказать конкретные скандальные сцены из передач. Так во второй половине 1990-х годов в программе ОРТ «Один на один» В. Жириновский плеснул минералкой в лицо Б. Немцову), а также просто публично выразить свое недовольство определенной передачей. Эти тенденции в телевизионную критику привнесли молодые авторы, которые старались привлечь внимание к своим текстам не логикой и убедительностью аргументов, не выявлением хорошего и отрицательного в телеэфире того времени, а эпатажированием аудитории, эмоциями, назиданиями в сторону работников телевидения, а также принципом «мне не понравилось и все».

Такое отношение деятельности телевизионного аналитика к своей работе мы называем «желтым» типом критики. Получив распространение в федеральных масс-медиа



во второй половине 1990 – начале 2000-х годов, он оказал серьезное влияние не только на качество телекритики, но и на отношение журналистского сообщества к этому виду деятельности. Кто сейчас вспомнит, что и как анализировали в деятельности ТВ Антон Чаркин, Виктория Молодцова, Анастасия Бойченко, другие авторы, скрывшиеся за псевдонимами? Первые два из указанных авторов сейчас занимают ответственные должности в федеральных телекомпаниях. Получилось так, что для них критика стала пропуском в мир телевидения.

Как показывают наши наблюдения, сейчас публикаций, подготовленных с применением «желтого» типа критики, в федеральных изданиях встречается мало. Однако он оказал значительное влияние на отношение журналистского сообщества к медиакритикам. Это отношение неоднозначное. Как правило, практики не принимают критику в свой адрес, а иногда болезненно реагируют на нее, в своих выступлениях публично «давая сдачи», как они считают, неудачникам в профессии. Поскольку подавляющее большинство словесных критических «стрел» выпускается в работников телевидения, то отвечать приходится ведущим популярных передач или руководителям телекомпаний. Их реплики обычно сводятся к проблеме, о которой говорится не открыто, а в подтексте: «Кто они такие, чтобы нас критиковать? Проекты, которые эти люди пытались делать на ТВ, были закрыты из-за низких рейтингов. Есть ли у вас, господа, моральное право рассуждать о том, что и как надо нам делать? Не учите нас, мы сами знаем, каким должно быть телевидение!».

Несмотря на многочисленные выступления таких известных и цитируемых авторов, как А. Варганов, Ю. Богомолов, И. Петровская, С. Тарощина, телевидение продолжает развиваться в качестве бизнес-индустрии развлечений. Можно сказать, что телевизионщикам не нужна критика в свой адрес, ведь одна из ее задач – объяснить аудитории используемые на ТВ механизмы и способы повышения зрительского внимания к передачам и, соответственно, увеличения их рейтинга. А все, что касается больших денег, должно быть скрыто.

Таким образом, учитывая сложившуюся ситуацию, о партнерстве журналистов-практиков и медийных критиков пока говорить не приходится. Несмотря на большое количество выявленных публикаций, содержащих негативную оценку современным тенденциям развития ТВ (только за 2008 год таким материалов в федеральных газетах было 234 из 535), положение в лучшую сторону не изменяется. Каждая сторона остается, что называется, при своих: критики возмущаются, работники телевидения, развлекающая зрителей, стремятся заработать как можно больше денег, а аудитория уже не первый год безмолвствует.

Сложившаяся ситуация привела к тому, что, по словам Ирины Петровской, «института медиакритики в России не существует» [22]. У обычного зрителя нет привычки анализировать увиденное и услышанное. Думается, что журналистская критика должна стать для аудитории своего рода интерпретатором, объясняющим смысл происходящего в мире масс-медиа. Большая роль отводится именно телекритике, потому что для многих россиян ТВ – единственный источник информации. Журналист Дмитрий Шушарин несколько лет назад написал: «Очевидно, что телевизионной критики в современной России нет. Нет ее прежде всего как объекта области знания, толкующей о профессиональных приемах. Не ведется и серьезного обсуждения тех материалов, которые предоставляют социологи, занимающиеся телевидением и рекламой» [23].

Телевизионная критика, выступая, в основном, по информационному поводу выхода передач в эфир, исследует лишь контент и тенденции развития ТВ. Всестороннего анализа проблем функционирования российского телевидения пока нет. На наш взгляд, телекритики в этом не виноваты, так как значительная часть информации, касающейся, например, экономических показателей деятельности многих (если не всех) федеральных телекомпаний, является служебной тайной и получить ее легальным путем невозможно.



Однако, по мнению ученых, ценность данного журналистского направления заключается в том, чтобы объяснять аудитории те смыслы и коды, которые заложены в телевизионные передачи. Теперь и в нашей стране (правда, пока еще только в академических кругах) медийная критика рассматривается как составная часть медийного образования населения. При этом одну из важных ролей играет формирование у людей культуры общения с медиа, выявление манипулятивных приемов, используемых журналистами не только для воздействия на сознание человека, но и для формирования определенного (часто – нужного власти) общественного мнения. Значит, одной из задач медиакритики является исследование редакционной политики наиболее тиражных и рейтинговых СМИ, то есть СМИ, оказывающих манипулятивное воздействие на большие группы населения.

Для того, чтобы автору о сложных проблемах, характерных для современной журналистики, необходимо разбираться в них как минимум на уровне эксперта. В российской медиакритике (телекритике) есть такие авторы: Анри Вартаков («Журналист»), Юрий Богомолов («Российская газета»), Ирина Петровская («Известия»), Слава Тарощина («Газета»), Александр Кондрашов и Константин Ковалев («Литературная газета»), Арина Бородин («КоммерсантЪ»). Их выступления всегда аргументированы, телевизионный контент рассматривается в контексте тенденций, характерных для современного российского ТВ. При этом каждый автор стремится разглядеть в деятельности телевидения не только отрицательные, но и положительные стороны, благодаря чему, по нашему мнению, можно говорить о некоторой доле объективности в их работах. Особое внимание авторы уделяют объяснению манипулятивных приемов и технологий, используемых в различных телевизионных программах.

Однако таких вдумчивых и опытных телекритиков в нашей стране единицы. Почти все они (за исключением Ирины Петровской) прошли многолетнюю школу кинокритики, Анри Вартаков и Юрий Богомолов имеют ученые степени. У каждого стаж в телекритике – минимум пятнадцать лет. А вот по сравнению с 1990-и годами, в первом десятилетии нового века молодых авторов, периодически выступающих в прессе с серьезными исследованиями в области медиа, судя по контент-анализу эмпирической базы, не появилось. В «Комсомольской правде» есть едва ли не ежедневная рубрика «Зацепило!», в которую пишут П. Садков и О. Кальнина, но их выступления основаны, прежде всего, на эмоциях и пересказе сюжетов передач. Иногда складывается впечатление, что эти авторы берутся за обсуждение передачи, чтобы повысить к ней внимание аудитории: освещаются уж слишком узкие темы. Например, в одном из январских выпусков рубрики речь шла о мужских образах в нескольких сериалах канала «Россия», в начале февраля – приводились мнения «за» и «против» по поводу ток-шоу В. Соловьева «К барьеру!» и передачи «Аншлаг». Анализ публикаций данных авторов свидетельствует, что в каждом из обсуждаемых телепроектов они стараются найти больше положительного, чем отрицательного. Кроме того, анализ передач не отличается глубиной: критики не утруждают себя выявлением смыслов, содержащихся в программах, а также очень редко видят за конкретным медиапродуктом определенную тенденцию развития телевизионного эфира. Возможно, этого не позволяет сделать маленький объем рубрики «Зацепило!». Однако в выпуске от 10 февраля 2009 года П. Садков обратил внимание, что несмотря на мировой экономический кризис, когда обычных людей увольняют с работы, а цены в магазинах растут, по телевизору продолжают показывать роскошную жизнь. «На фоне довольно сурового времени, когда люди и работу теряют, и накопления, вся эта демонстрация умиления, мягко говоря, не вызывает. Хочется и про воспитание напомнить, и про то, что скромность – довольно хорошая штука. Да много чего можно было бы напомнить, только вот глаза слепнут от роскоши...», – пишет автор [24].

Мы считаем, что выступления данных авторов вряд ли можно назвать телекритикой. Скорее надо вести речь о журналистике, посвященной ТВ. Данное направление занимает значительное место на страницах не только федеральных, но и региональ-



ных изданий. Премьера новых передач, интервью с актерами, сыгравшими главные роли в очередных сериалах, анонсы развлекательных программ – коммерческо-промоцийная функция (С.А. Муратов) постепенно вытесняет базовые функции медиа-критики: всестороннее познание принципов деятельности медиа; просвещение населения в вопросах функционирования СМИ; формирование объективной оценки медийному содержанию.

Презентационные публикации, задача которых – привлечь как можно больше аудитории к рекламируемым передачам, постепенно вытесняют выступления телевизионных критиков. Если в ведущих федеральных печатных СМИ их колонки помещаются регулярно, то в регионах медиакритики почти не осталось.

Например, сейчас в изданиях, распространяющихся на всей территории Республики Татарстан, нет специальных рубрик, в которых бы содержался анализ телепередач. Последняя колонка в газете «Молодежь Татарстана» была опубликована в апреле 2008 года. Не формат? Может, прежнее руководство (летом того же года «Молодежка» пережила очередную смену главного редактора) считало, что молодежному изданию, которое старается привлечь студенческую аудиторию, необходимо больше внимания уделять клубным вопросам, анонсировать модные фильмы и новые компьютерные игры в ущерб медийному просвещению своей аудитории? Возможно, редакция провела исследование и выяснила, что читатели не обращают на данную рубрику внимания?

А ведь на протяжении более десяти лет в русскоязычных СМИ Татарстана телекритика развивалась. Сначала (в первой половине 1990-х гг.) в виде отдельных авторских реплик, а в 1993 году в «АиФ-Татарстан» появилась тематическая рубрика «Взгляд на ТВ». Спустя некоторое время (месяца через три) она исчезла с газетных полос, но тот же автор – нам известен только его творческий псевдоним Ира Ниоткуда – вскоре начал публиковаться в «Вечерней Казани». В 1998 году критика передач местного телевидения велась даже на страницах официальной газеты «Республика Татарстан». Регулярные рубрики, то исчезая, то возрождаясь, помещались в разных по форме собственности изданиях. Много было отдельных материалов телезрителей, освещавших конкретные проблемы *местного* ТВ. В 2000-х годах телекритика постепенно сошла на нет. Нам известно, что в региональной прессе Санкт-Петербурга, Пензенской и Архангельской областей в 2000-х годах некоторое время публиковались специализированные медиарубрики, ведущие которых анализировали деятельность масс-медиа и журналистов в частности. К сожалению, рубрики быстро закрывались. И ситуация сейчас такова в большинстве (если не во всех) российских регионов.

В газете «Автосити» (г. Набережные Челны) на протяжении шести лет публикуется колонка, в которой автор, пишущий под псевдонимом Андрей Фокс, рассказывает о проблемах телевидения. Однако проведя контент-анализ выступлений этого автора, можно сказать, что к телекритике они имеют косвенное отношение. А. Фокс пишет, например, о грамматических ошибках в бегущей строке, иронизирует по поводу приглашенных в передачи гостей и т.п. На наш взгляд, его выступления представляют собой не анализ причин, в результате которого федеральное ТВ сильно деградировало, а откровенное злорадование телезрителя от промахов телевизионщиков.

Таким образом, несмотря на большой массив публикаций, современная телекритика крайне неоднородна по содержанию. Мы считаем, что это стало одной из причин того, что не только в обществе, но и в сообществе журналистов нет единого понимания, что такое медийная критика, и чем она должна заниматься. Порой можно прочесть или услышать мнения, что данное направление вообще не имеет право на существование в современных условиях развития журналистики России. Коллеги в большинстве своем считают телекритикой все, что публикуется о ТВ. А вот что знают о телекритике обычные граждане? Ответ на этот вопрос могло бы дать масштабное исследование с участием социологов, но на его проведение нужно соответствующее финансирование.



Сейчас, на основании наших предварительных исследований, мы можем только выдвинуть гипотезу: в связи с тем, что критика СМИ в федеральной прессе занимает незначительное место, данное направление находится на периферии общественного внимания. Кроме того, опросы социологов констатируют: прессе доверяют все меньше. Поэтому, скорее всего, в подавляющем большинстве население России представления не имеет о медийной критике. Как ознакомиться с ее образцами? Подписные и розничные цены на федеральные издания повышаются, Интернетом, по самым смелым подсчетам, пользуется всего около тридцати процентов жителей страны.

В современных условиях медийный критик имеет право считаться не только «внимательным телезрителем», «толкователем» тенденций, характерных для современного информационного рынка, но и обязан быть лидером мнений. Лидеры мнений – авторитетные в той или иной области люди, добившиеся признания благодаря своему творчеству. С сожалением отметим, что такие вдумчивые авторы, как Ю. Богомолов, А. Кондрашов, С. Тарощина, К. Ковалев, А. Вартаков, И. Петровская имеют общественный авторитет скорее не благодаря, а вопреки. Вопреки тому, что работники телевидения периодически упрекают их в необъективности. Вопреки тому, что на газетных полосах их выступления ограничены одним разом в неделю. Вопреки тому, что на страницах общественно-политических и деловых изданий не возникают дискуссии о предназначении и сущности медиакритики. Тем не менее, судя по комментариям, оставленным на сайтах изданий, эти авторы имеют свою аудиторию, которая ждет каждого материала. Мы судим не только по словам благодарности в адрес критиков, но и по следующему факту. Когда в начале октября 2007 года один из пятничных номеров «Известий» вышел без традиционной для пятой полосы колонки «Теленеделя с Ириной Петровской», на блогах появились самые разные версии, почему так произошло. Судя по статистике «Яндекса», всего в тот день в Интернете было опубликовано несколько тысяч сообщений, а сам текст И. Петровской разместили в своих дневниках журналисты «Эха Москвы», радио «Свобода» и другие авторы. Возможно, такой общественный резонанс привел к тому, что колонка Петровской «Повесть о президенте» была опубликована на следующий день, то есть в субботу. На наш взгляд, данный пример опровергает тех, кто считает, что спрос на медиакритику в современной России пока очень мал [25].

В настоящее время журналистская критика далеко не в полной мере реализует свой образовательный потенциал. Авторы, пишущие о медиа, должны предлагать аудитории качественные материалы, содержащие всесторонний конструктивный анализ проблем функционирования средств массовой информации. Особое внимание стоит уделить объяснению слушателям приемов манипулирования общественным сознанием.

В России медиакритиков пока нигде не готовят. Несколько лет идут разговоры об открытии на факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова специализации «газетная критика», но работа в данном направлении требует значительных усилий и не может быть завершена за два-три года. На факультетах и отделениях журналистики вводятся семестровые спецкурсы, в рамках которых студентам даются знания об основах медиакритики и медиаобразования. Так, на отделении журналистики Казанского (Приволжского) Федерального университета (К(П)ФУ) автор этих строк в течение пяти лет читает авторскую дисциплину «Медийная критика в системе современной журналистики России» (36 часов), а в филиале К(П)ФУ в г. Набережные Челны, помимо него, еще и дисциплину «Анализ медийных текстов» (16 часов практических занятий на дневном и заочном отделениях). За отведенное учебным планом время вряд ли научишь студента даже основным навыкам, необходимым для критика, зато можно привлечь их внимание к проблемам журналистской критики в нашей стране и дать возможность задуматься, чем полезна данная форма творческой деятельности.

Мы полагаем, что введение таких спецкурсов именно в провинциальных вузах полезно с нескольких точек зрения. Во-первых, программа обучения выстроена таким



образом, чтобы слушатели постоянно знакомились с творчеством ведущих телевизионных критиков, а также теоретическими работами на эту тему. Рассчитывать на то, что современные студенты станут читать такие выступления «для души», к сожалению, не приходится.

Во-вторых, разработка и внедрение в учебные заведения таких дисциплин может немного повысить уровень медиакомпетентности населения. Например, ни одно из СМИ Татарстана не может позволить себе держать человека только для того, чтобы он один раз в неделю писал колонку с обзором качества телепередач. Профессиональных кинокритиков или критиков литературных в печатных изданиях РТ также нет (многие из телекритиков федеральных изданий имеют образование и большой опыт работы в кинокритике). Это еще одна причина, по которой провинциальные телепередачи в настоящее время остаются вне поля зрения массовой медиакритики в федеральных изданиях. Есть различные профессиональные конкурсы, в программе большинства из которых предусмотрены мастер-классы известных журналистов и критиков, но это – корпоративные мероприятия, случающиеся всего несколько раз в год. Думается, что авторы передач нуждаются в оперативном общественном анализе своего труда, чтобы в дальнейшем работать так, чтобы соответствовать не только ожиданиям рекламодателей, но и, прежде всего, своих зрителей.

Что необходимо предпринять для преодоления некоторых из указанных здесь проблем? Думается, что начать надо с введения в учебных заведениях разного уровня и направлений специальных дисциплин, на которых слушатели приобретали бы навыки критического анализа медийных текстов. В частности, необходимо обратить внимание на приемы манипулирования общественным созданием и поведением со стороны журналистов, выявлять и систематизировать новейшие известные способы не только убеждения аудитории, но и формирования «повестки дня». Кроме того, на таких занятиях стоит много внимания уделять самостоятельной работе учащихся.

Нельзя сказать, что в России не внедряются подобные образовательные дисциплины. В некоторых городах нашей страны (Челябинске, Таганроге, Томске и ряде других) открыты центры изучения проблем медиаобразования населения, при которых под руководством опытных педагогов и ученых реализуются соответствующие учебные программы. В вузах (особенно педагогических) постепенно вводятся дисциплины по развитию навыков анализа медиатекстов. Однако, к сожалению, не во всех городах есть такая практика.

По мнению экспертов, методике критического анализа СМИ и конструктивной критике публикаций необходимо начинать учиться со школьных лет и совершенствовать свои навыки в течение всей жизни. Молодежь более восприимчива к любым воздействиям и манипуляциям. Помимо этого, внедрение в школах, техникумах и вузах соответствующих предметов может постепенно вернуть молодежи интерес (или привычку) к чтению печатной прессы. От педагогов требуется постоянное включение в программу занятий газетно-журнальных материалов, выполненных в разных жанрах.

Таким образом, чтобы постепенно перевести проблему необходимости и актуальности медийной критики с глубокой периферии общественного мнения в область публичной дискуссии, предстоит напряженно работать не один год. При этом ставку нужно делать на подрастающее поколение, то есть на тех людей, которые в скором времени начнут работать и будут самостоятельно определять для себя сферу информационных предпочтений. Увы, вряд ли люди среднего и старшего возраста, в силу многочисленных социальных проблем, сегодня готовы к повышению собственного уровня медиакомпетентности.

Кроме того, без участия самих средств массовой информации, без организации на их страницах дискуссии по проблемам современной журналистики вряд ли возможно добиться внимания общественности к данному вопросу. В изданиях для журналистов регулярно можно прочесть материалы, содержащие анализ функционирования современных СМИ, но эта тема должна постепенно выйти за рамки отраслевой



прессе. Думается, что инициировать дискуссию должны не журналисты, а обычные граждане – зрители и читатели. Для кого выходят в эфир теле- и радио передачи, печатаются газеты и журналы? Но каждое выступление должно рассматривать конкретную проблему, содержать аргументированные точки зрения по ее решению. Там не должно быть обвинений, выстроенных исключительно на эмоциях.

При этом обсуждение различных телепередач, публикаций печатной прессы можно организовать в Интернете на специальных ресурсах. Например, в Сети уже несколько лет действует форум www.telekritik.ru, представляющий собой площадку для обмена мнениями о программах федерального ТВ. Этот сайт популярен у пользователей Глобальной сетью, заходят туда и известные телекритики. Судя по многочисленным комментариям, оставленным пользователями форума, можно сделать вывод, что людям есть, что сказать в отношении той или иной передачи. Общественность не хочет оставаться в стороне от обсуждения качества продукции, предлагаемой работниками телевидения. Существует также несколько сетевых дневников, основной темой которых является анализ телепередач.

Интернет-ресурсы являются дискуссионными площадками для публикации различных мнений и взглядов о практике функционирования современного российского телевидения, других видов СМИ. Такие ресурсы важны с точки зрения обучения граждан навыкам критического анализа медийных произведений. На наш взгляд, создание таких коммуникативных web-пространств необходимо приветствовать.

Итак, в настоящее время российская медийная критика пока не стала по примеру европейских стран авторитетным направлением в журналистике. Чтобы общественность знала о ее предназначении, необходима серьезная работа со стороны ученых, журналистов, педагогов. Разговор о проблемах журналистской критики должен перейти из эмоционально-обличительного («вы ничего не умеете, кроме критики!») в русло конструктивно-аргументированного диалога на страницах не только отраслевых, но и качественных, и массовых общественно-политических газет и журналов. Привлечь внимание населения к медиакритике возможно только при наличии обстоятельного разговора о ее проблемах на страницах периодических изданий. Обычные граждане тоже имеют право участвовать в обсуждении. К сожалению, пока этого не наблюдается.

Заключение

В работе исследованы проблемы, связанные со становлением в российской журналистике такого нового для нее направления, как медийная критика. В результате контент-анализа наиболее тиражных федеральных и региональных изданий на русском языке мы выяснили, что медийная критика представлена одним своим направлением – критикой телевизионной. Данный факт можно объяснить тем, что в настоящее время ТВ играет значительную роль в получении информации гражданами России.

Несмотря на то, что телевизионная критика регулярно присутствует на страницах прессы в виде постоянных рубрик еженедельной периодичности на протяжении двадцати лет, на наш взгляд, она еще не завершила стадию становления. В статье мы рассмотрели ряд актуальных для нее проблем, которые кратко можно сформулировать следующим образом.

Большой объем эмпирической базы крайне редко подвергается научному осмыслению. Исследователи обратили внимание на медиакритику в начале 2000-х годов. В настоящее время есть всего несколько монографий и учебных пособий, в которых анализируется данное направление.

Медийные (телевизионные) критики разрознены. Несмотря на то, что существует так называемый «клуб телепрессы», куда входят обозреватели, постоянно публикующиеся в федеральных изданиях, почти все критики работают в соответствии с собственными представлениями о плохом и хорошем, должном и необязательном. Каждый автор работает в соответствии с информационной политикой конкретного издания. Случается, что критику приходится выполнять условия партнерских договоров на



информационную поддержку («промоушн») телепередач между редакцией СМИ, публикующего его рубрику, и конкретным телеканалом. До объективности ли здесь? Главное – постараться привлечь внимание к проекту как можно большего количества зрителей.

Медийная (телевизионная) критика пока не выработала для себя единых и четких критериев анализа телевизионных передач. Если авторы с большим стажем работы (Ю. Богомолов, А. Вартаков, И. Петровская, С. Тарощина) стараются соблюдать этические критерии при формировании оценки тому или иному телепроекту, то авторы, публикующиеся в массовых изданиях, руководствуются принципом «нравится / не нравится». При этом аргументов в пользу того или иного утверждения может и не быть. Такая практика критического анализа отторгается телевизионными профессионалами. Они, в свою очередь, при первом удобном случае стараются ответить своим оппонентам, в основном, используя для этого страницы отраслевых изданий. Таким образом, отсутствие единых критериев формирования оценки телепередаче усиливает противостояние журналистов-практиков и медийных критиков.

Медийная критика на региональном уровне практически отсутствует. Насколько нам известно, в средствах массовой информации Белгородской, Архангельской, Пензенской областей, Санкт-Петербурга и Республики Татарстан в 2000-х гг. были эпизодические примеры выступлений с оценкой передач как федерального, так и местного телевидения, однако, данная практика не получила развития. Если говорить о Татарстане, то в настоящее время здесь только в одной газете («Автосити», г. Набережные Челны) еженедельно публикуется рубрика «ТВ-мания», ведущий которой оценивает передачи на бытовом уровне: освещает неточности в речи корреспондентов местных телеканалов, пунктуационные ошибки в «бегущей строке», рассуждает о том, что видит на экране во время демонстрации информационных сюжетов. Автор не постигает идейно-творческую сторону ТВ-проектов, ограничиваясь лишь беглым взглядом на экран.

На факультетах и отделениях журналистики российских вузов нет специальных образовательных программ, позволяющих готовить профессиональных медиакритиков. Вместо них есть отдельные дисциплины длительностью 18 или 36 учебных часов. За это время можно только ознакомить студентов с данным направлением, обратить их внимание на его задачи, функции, жанры. Необходимо внедрить в учебные планы по обучению студентов гуманитарных дисциплин, а также в старших классах школ в качестве факультативов курсы, направленные на развитие у молодежи навыков критического осмысления и анализа медийных текстов.

Серьезный анализ замещается поверхностным взглядом на телепередачи и фрагментарностью объекта исследования. Современные медийные (телевизионные) критики работают исключительно по информационным поводам, не имея больших газетных площадей для углубленного изучения программы. Мы полагаем, что отчасти так происходит потому, что многие редакторы изданий не хотят перегружать читателей серьезной информацией, считая их интеллектуальный уровень невысоким.

Для дальнейшего развития массового и гражданского видов медиакритики необходимо внедрить как можно больше коммуникативных площадок для публикации мнений, реплик, мини-рецензий обычных граждан, то есть медийной аудитории, о различных теле-, радиопередачах, публикациях печатных СМИ. Как нам представляется, их необходимо открывать в сети Интернет. Существующего в настоящее время форума www.telekritikk.ru недостаточно, поскольку там обсуждаются (да и то вяло) передачи федеральных телеканалов. Подобные форумы необходимы и для регионального ТВ. Для доведения до руководства телекомпаний «гласа народа» можно активнее использовать форумы, организованные на их сайтах. Тематические группы в социальных сетях тоже могут иметь медиаобразовательный эффект. В любом случае необходимы энтузиасты (например, медиапедагоги или вузовские преподаватели журналистики), которые бы взяли на себя роль создателей и модераторов данных проектов.



Существует недостаток и электронных образовательных ресурсов по медиаобразованию и медиакритике. Нужны тематические сайты, посвященные указанным направлениям. В последние годы было открыто значительное количество ресурсов на русском языке, посвященных проблемам медийного образования. А вот из специализированных сайтов о медийной критике мы можем назвать пока только наш проект (www.ksu.ru/f13/rbakanov), берущий начало в декабре 2008 года. Мы позиционируем его в качестве электронной мини-библиотеки по медиакритике. В начале 2000-х годов коллективом под руководством А.П. Короченского был «запущен» сайт «Медиааревю», где были собраны интересные научные и газетные публикации, оценивающие контент и практику функционирования современных СМИ. Однако просуществовал он всего несколько лет. Дальнейшее создание и развитие подобных ресурсов необходимо приветствовать.

Список литературы

1. Саппак В. Телевидение, 1960: Из первых наблюдений // Новый мир. – 1960. – № 10. – С. 177–204.
2. Пресс-выпуск ВЦИОМ № 1499 от 21.05.2010 г. «Телевидение в нашей жизни». Доступно на: URL: <http://wciom.ru/novosti/press-vypuski/press-vypusk/single/13518.html> (дата обращения 24.05.2010 г., режим доступа свободный).
3. Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – Ростов н/Д: Международный институт журналистики и филологии, 2002. – 272 с. Доступно также на: URL: <http://www.ksu.ru/f13/rbaka-nov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (дата обращения 20.05.2010 г., режим доступа свободный).
4. Вартаков А.С. Телевидение на рубеже веков: проблемы, передачи, лица. – М.: КДУ, 2009. – 480 с.; Вартаков А.С. На телевизионных подмостках. Актуальные проблемы телевизионного творчества. – М.: КДУ; Высшая школа, 2003. – 320 с.
5. Кузнецов Г. В двух зеркалах // Журналист. – 1996. – № 12. – С. 42–45.
6. Петровская И. Медиакритика: «хорошие» и «плохие» мальчики. Почему телевизионщики пытаются расширить границы допустимого // Журналистика и медиарынок. – 2003. – № 2. – С. 43–44.
7. Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – Ростов н/Д: Международный институт журналистики и филологии, 2002. – 272 с. Доступно также на: URL: <http://www.ksu.ru/f13/rbaka-nov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (дата обращения 20.05.2010 г., режим доступа свободный). См. также: Короченский А.П. Необходимость медиакритики // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции 21–22 апреля 2004 г. / Под ред. В.И. Конькова. – СПб.: Изд-во «Роза мира», 2004. – С. 167–168.
8. Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений). – М.: Логос, 2001. – С. 237; Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения: Хроника авторских наблюдений. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, Изд-во Моск. гос. ун-та, 2001. – 175 с.
9. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 2004. – 400 с.; Он же: ТВ-журналистика: критерии профессионализма. – М.: РИП-холдинг, 2004. – 222 с.
10. Прозоров В.В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2004. – С. 65.
11. История мировой журналистики / А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилов, А.П. Короченский и др. – Ростов н/Д: Международный институт журналистики и филологии, 2000. – 236 с.; Саморегулирование журналистского сообщества: опыт и проблемы жизнедеятельности. Перспективы становления в России. – М.: Фонд защиты гласности, Издательский дом «Стратегия», 2003. – 368 с.
12. Засурский Я.Н. Российское телевидение в 21 веке: обретения и потери // Вестник Моск. гос. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2003. – № 3. – С. 3–8.
13. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 340 с.
14. Короченский А.П. Медиакритика и медиаобразование // Высшее образование в России. – 2004. – № 8. – С. 40–46.



15. Корконосенко С.Г. Культура чтения как основа медиаобразованная специалиста // PR, бизнес, СМИ: партнерство и конкуренция / Отв. сек. Л.Н. Гончаренко. – СПб.: Изд-во СПб гос. инж. экон. ун-та, 2007. – С. 118–125.
16. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический Проект, 2005. – 448 с.
17. Ильченко С.Н. Фобии в зеркале телеэкрана: новая реальность // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия Гуманитарные науки. – Т. 151. Книга 5. Часть 2. – Казань: Казанск. гос. ун-т, 2009. – С. 289–295.
18. Шариков А. Телевидение, обслуживающее себя, или Самодовольные каналы и бесправный зритель / А.Шариков // Культура. – 1998. – № 2. – С.5.
19. Шайхитдинова С.К. Шайхитдинова С.К. Медиа-этика. – Казань: Ид-во Казан. гос. ун-та, 2007. – 80 с.
20. Баканов Р.П. Телевидение сквозь призму газет 1990-х годов (на материалах изданий Москвы и Татарстана): Дис. ... канд. филол. наук. – Казанский гос. ун-т. – Казань, 2006. – 248 с.
21. Чиненова О.С. История телекритики в России на фоне истории литературной критики: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Саратовский гос. ун-т. – Саратов, 2006. – 22 с.
22. Петровская И. Медиакритика: «хорошие» и «плохие» мальчики: Почему телевизионщики пытаются расширить границы допустимого // Журналистика и медиарынок. – 2003. – № 2. – С. 43.
23. Шушарин Д. Апология ящика // Культура. – 2003. Доступно на: URL: <http://lib.rin.ru/doc/i/93401p.html> (электронный ресурс, дата обращения 9.02.2010 г., режим доступа свободный).
24. Садков П. Золотой человек, все о народе думает... // Комсомольская правда. – 2009. – 10. II. – С. 15.
25. Подробнее об этом см.: Щетинина Г.Н. Медиакритика, медиакритики и допустимая свобода слова // Журналистика и медиаобразование-2008: сб. трудов III Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25-27 сентября 2008 г.): в 2-х т. – Т. 1 / Под ред. проф. А.П. Короченского. – Белгород: БелГУ, 2008. – С. 262–264.

MEDIA CRITICISM IN THE RUSSIAN PRESS: PROBLEMS OF THE FORMATION

R.P. Bakanov

*Kazan (Volga)
Federal
University*

*e-mail:
rbakanov@yandex.ru*

In the article are analyzed problems formation in the Russian journalistic media criticism. In the text the problems connected with quality of modern media criticism in the Russian periodical press are analyzed. We consider are problems of absence of criteria of the analysis of media texts and observance of ethical standards of activity of critics are most important of media criticism in Russian press.

Key words: media criticism, television criticism, media text, critic, estimation, criticism ethics, audience.