

## МЕДИАКРИТИКА КАК ОЦЕНОЧНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ ОБЛАСТЬ МЕДИАСФЕРЫ

Рассматривается одна из форм литературно-художественной критики в средствах массовой информации – медиакритика. Показано, что основным материалом для анализа, интерпретации и оценки в этом виде критики являются опубликованные медийные произведения, весь содержательный комплекс СМИ. Выделяется социально-культурологический аспект медиакритики как средства совершенствования культуры и одного из условий развития общества. Отмечается неразвитость отечественной критики печатной и аудиовизуальной журналистики.

One of the forms literary-art critic in mass media – media critic – is considered in the article. Published media productions, the whole substantial complex of mass media are the main material for analysis, interpretation and appreciation in media critic. In the article is separated social-cultural aspect critic as a means of improving of culture and ones of conditioners for social improving generally. Author notices that the important meaning of mass media in the life of modern society combines with poor developing media critic of our publishing and audiovisual journalistic.

Критика является важным элементом в системе функционирования сложной социальной действительности. Она всегда определялась как особая творческая деятельность, особая совокупность форм, особое общественное явление (см. Баранов, Бочаров, Суворцев 1982, 5). К этому стоит добавить, что критика – это еще и особый род оценочной и познавательно-ориентирующей деятельности, роль которой в определении и оптимизации самых разных общественных процессов очень велика, но, к сожалению, до сих пор остается востребованной не в полной мере и к тому же – малоизученной. О недостаточной проработанности теоретических основ критики, необходимости создания ее целостной общефилософской теории, об осмыслении роли критики в познании и значении для жизни общества и социального преобразования не раз отмечалось в трудах российских исследователей (см. Корконосенко 2004; Короченский 2003; Прохоров 2004; Федоров 2001).

Критическое познание охватывает составную часть человекосотворенного мира, называемую культурой, которая в широком смысле определяется как имеющая знаковую природу система кодирования, воспроизводства и передачи добытых человечеством знаний и умений во времени и пространстве. Эта система пронизывает все сферы духовной и материально-предметной деятельности, обеспечивая как накопление, селекцию, репродукцию знания, цивилизационного опыта, исторической памяти, так и производство, распространение новых знаний и умений в процессе социальной коммуникации. Критика познает духовное производство человека и его продукты как идеальные (знания, идеи, образы, ценности и идеалы), так и материализованные в виде разнообразных текстов и иных овеществлений человеческого духа (живописных картин, скульптурных, архитектурных, кинопроизведений и т. д.), а также обмен продуктами духовного производства между людьми в обществе в процессе социальной коммуникации, формирующий его культурную среду. В таком случае критику можно охарактеризовать как форму (вид) самопознания культуры. Она охватывает и процессы социальной коммуникации, обеспечивающие распространение культуры в обществе, поскольку они также нуждаются в критической проверке на эффектив-

ность, адекватность общественным потребностям. Таким образом, критика обеспечивает постоянное обновление, развитие и совершенствование культуры. Как уточняет известный российский исследователь журналистики А.П. Короченский, критика «обеспечивает непрерывное развитие общества, учитывая системообразующую роль культуры в социуме, проявляющуюся в тесном переплетении с материальными отношениями» (Короченский 2003, 32).

Благодаря специфическому свойству критики – способности осуществлять познавательно-ориентирующую операцию оценивания, она формирует суждение людей о различных культурных явлениях либо их аспектах. Оценочность критики не только означает способность судить и отвергать через отрицание не выдержавшие критическую проверку исторически исчерпавшие себя явления, но еще в большей степени направлена на выявление и утверждение позитивного, социально необходимого. Свойство оценочности не только расширяет познавательный потенциал критики, но и выводит ее за пределы познания как такового, превращая в фактор социальной ориентации, преобразования культуры, а через нее – и общества в целом.

Способность критики влиять на обновление и совершенствование культуры, на развитие общества обеспечивается ее свойством анализировать, выносить суждения и оценки на публичное рассмотрение, стимулировать многосторонний обмен мнениями, в ходе которого преодолеваются узкие рамки индивидуального или группового познания, вырабатываются общественно согласованные позиции по обсуждаемым проблемам. Всем видам критики, независимо от того, к какой конкретной области культуры она относится, свойственны общие сущностные характеристики как оценочно-познавательной, ориентирующей деятельности. Не является исключением и критика средств массовой информации (медиакритика), рассматриваемая как феномен журналистики, как область журналистского творчества.

Понятие и термин «медиакритика», широко используемые за рубежом, новы для отечественной науки о журналистике. В англоязычной литературе термин «media criticism» применяется для обозначения различных, хотя и смежных, поня-

тий и взаимосвязанных явлений. Во-первых, он относится к научному анализу деятельности средств массовой информации в исследовательских работах. В этом случае речь идет о научной критике, составляющей неотъемлемый компонент теории журналистики. Во-вторых, термин используется применительно к журналистскому творчеству, осуществляющему критико-оценочное познание медийного содержания. Зарубежные историки, критики и теоретики журналистики характеризуют медиакритику как цивилизирующий фактор, который способствует коррекции и нейтрализации негативных проявлений в деятельности СМИ и в их взаимодействии с обществом, в частности, тенденций, порожденных нерегулируемыми или недостаточно эффективно регулируемые рыночными отношениями в медийной сфере и чрезмерной коммерциализацией массово-информационной деятельности (см. Ламбет 1998). В средствах массовой информации США, государств Западной Европы и некоторых других стран регулярно появляются критические материалы, посвященные проблемам печатной и электронной прессы. Систематически выходят в эфир критико-журналистские телевизионные и радионные программы, посвященные критическому анализу деятельности средств массовой информации. Расширяется медиакритика и в интернет-изданиях. Большую роль в развитии медиакритики играют журналы и бюллетени, издаваемые профессиональными организациями журналистов и других творческих работников СМИ. По примеру газеты «Los Angeles Times», которая в 1971 г. впервые ввела постоянную колонку телевизионного обозревателя, в большинстве из более чем 1500 американских ежедневных газет созданы колонки и разделы телевизионной критики. В 1991 г. Пулитцеровская премия впервые была присуждена телекритику Д. Шау из «Los Angeles Times». В ФРГ в 1990-е гг. практически во всех ведущих качественных изданиях были основаны рубрики и полосы «Медиа», где наряду с хроникой медийных отраслей публиковались материалы журналистской критики СМИ. Во многих изданиях России еженедельно печатаются медиакритические обзоры телевизионных, печатных СМИ (газета «Известия», журналы «Журналист», «Искусство кино»), а в учебных заведениях введен курс «Медиакритика». Медиакритический аспект функционирования средств массовой информации рассматривается на интернет-сайте «Медиа-ревью». Институт медиаэкологии Львовского университета издает журнал «Медиакритика». В Киеве выпускается сетевое издание «Телекритика», проблемно-тематический спектр публикаций которого охватывает не только вопросы телевидения, но также и деятельность периодической печати, радио, вопросы государственной информационной политики.

Как известно, предметом внимания в традиционных видах литературно-художественной кри-

тики являются творческий процесс, творческая лаборатория и личность автора произведения, его эстетическая сущность, содержательные и формальные аспекты воплощения в нем авторского замысла. Медиакритике тоже свойствен интерес к процессу создания медийных произведений для периодической печати, телевидения, радио, к творческой личности авторов. Этот подход получает воплощение в творческих портретах журналистов, ведущих, режиссеров и других создателей медийного содержания, в рецензиях и других жанрах критики. Но, учитывая индивидуально-коллективный характер творческой деятельности в условиях современного информационного производства, медиакритика не может концентрироваться на изучении индивидуальной специфики креатива в той степени, как это свойственно литературно-художественной критике.

Основным материалом для анализа, интерпретации и оценки в критике средств массовой информации являются опубликованные медийные произведения, весь содержательный комплекс СМИ. Критическому рассмотрению подвергается и формальный аспект медийного содержания, являющегося продуктом деятельности журналистов и других творческих работников, а также репродуктивного воспроизведения художественных произведений в средствах массовой информации. Ввиду того что медиакритика анализирует и оценивает не только журналистский, но и другие компоненты медийного содержания, ей свойственна большая степень близости с другими областями критико-журналистского творчества – кинокритикой, литературной, музыкальной, художественной критикой – вплоть до их взаимопроникновения. Таким примером может являться критическая деятельность некоторых авторов в журнале «Искусство кино», которая охватывает проблематику телевидения, не имеющую отношения к кинематографу или кинопоказу по ТВ.

В белорусском медиапространстве медиакритика наиболее полноценно была представлена в советские годы. Несмотря на то что в тот период в теории и практике отечественной журналистики не употреблялись понятия «медиаэкст», «медиа-контент», «медиафера», «медиакритика», процесс критического осмысления многообразного журналистского поля (содержание публикаций, авторский стиль, степень оправданности рубрик, колонок, тематических полос, элементы оформления) был достаточно активный и в какой-то степени эффективный. Медиакритика была представлена газетно-журнальными обозрениями, тематическими редакционными колонками, авторскими проблемными статьями. Кроме того, если учесть, что предметом медиакритического осмысления являются и экранные средства массовой коммуникации, то можно определенно сказать, что в 1960–1980-х гг. в советской газетно-журнальной периодике был настоящий бум этого направления критико-аналитической деятельности.

Белорусская пресса, будучи частью союзной журналистики, развивалась в контексте общепринятых традиций. В республиканских, областных, городских, районных изданиях постоянно публиковались кино-, телерецензии, обзоры, диалоги с авторами наиболее популярных, а порой и ярко дискуссионных телепередач либо с создателями фильмов. На страницах массовых общественно-политических изданий появлялись критические размышления о разных видах кино, телевизионных игровых и документальных фильмах. Пожалуй, это был период наиболее высокого уровня критической рефлексии журналистской практики. И хотя термин «медиакритика» не был частью понятийного аппарата ни в теории, ни в практике журналистики, но по смысловой сути, по степени общественной востребованности, по формальным признакам это был серьезный критико-аналитический анализ медиасферы.

По характеру осмысления материала это был один из видов научно-публицистической деятельности, направленный в основном на оптимизацию творческого потенциала самых разных видов средств массовой информации. Функции, которые выполняла советская печать (идеологическо-этическая, пропагандистско-организаторская, информационно-образовательная), реализовывались в читательской среде. У критики СМИ была такая же адресность, как и у советской литературно-художественной критики. «Критика ориентирована на потребителей искусства, на публику, которая интересуется искусством, тянется к нему, а потому видит в критике как бы подспорье для своего интереса, руководителя и третейского судью» – было сказано в учебнике «Литературно-художественная критика» (см. Баранов, Бочаров, Суворцев 1982, 28). Критика СМИ действительно выполняла роль арбитра, как бы расширяя диапазон понимания, познания журналистики.

Начиная с 1990-х гг. медиакритический сектор публикаций в белорусских изданиях стал постепенно уменьшаться и к началу нового тысячелетия он практически исчез. С приобретением страной независимости изменились социально-политические акценты, статус и функции журналистики. К их основному «набору», известному с советских времен, добавились другие: рекреативная, развлекательная, сервильная, реабилитационная. Функциональные особенности обнаруживаются в стиле публикаций, которые, несмотря на жанровое разнообразие, с одной стороны, все больше напоминают отчеты, а с другой – носят развлекательно-рекламный характер. В обоих случаях публикации свидетельствуют о некой виртуализации реальности. «Виртуализация в таком случае – это замещение реальности ее симуляцией, то есть образом реальности» (Иванов 2008, 10). К такому выводу можно прийти, бросив беглый взгляд только на рубрики в наших газетах: «Пульс власти», «На контроле правительства», «С точки зрения министра», «Власть: слово и дело», «Достижения» (газета

«Рэспубліка»), «Масштабное дело», «Отличные тенденции», «Люби свое Отечество» («Народная газета»). Декларативность и лапидарность обнаруживаются и в заголовках. В газете «Рэспубліка» (26.03.08): «Без проектов инвестиции мертвы», «Считать и рассчитывать», «Цены вперед не поскочут», «Взять четвертую “Телевершину”!», «Прокурорский надзор в действии»; в «Народной газете» (26.03.08): «Покорить “Телевершину”!», «Рост рождаемости в Беларуси – примета нашего времени». Очень часто превалируют заголовки с восклицательными знаками. Например, в специализированном издании по искусству («Літаратура і мастацтва», 15.04.08) на первой полосе крупно, как «шапка» ко всему номеру, стоит заголовок «Культура – это литература!». На один номер «Народной газеты» (22.02.08) пришлось пять заголовков с восклицательными знаками.

Ориентированность исключительно на создание либо виртуального, либо гламурного образа реальности ограничивает возможности журналистики, лишает ее мобильности. Поэтому часто в разных изданиях темы публикаций не только совпадают, но еще и обозначаются одними и теми же заголовками. Например, в один и тот же день разные газеты дали почти одинаковые заголовки и по поводу известного в Беларуси конкурса «Телевершина», и такой обсуждаемой темы, как школьная форма, и памятной даты Хатынской трагедии. Темы, как известно, могут быть идентичными. Однако совпадение заголовков, журналистских подходов к их разработке свидетельствует об отсутствии поиска оригинальной информации, свободного творческого мышления, востребованности информации массовой аудиторией (пресса в таком случае не выполняет функции средства массовой информации).

Иногда массовые газеты превращаются в узковедомственные издания. Например, в «Народной газете» практикуется выпуск приложений под рубрикой «Моя Беларусь», посвященных отдельным регионам. В них создается образ псевдорéalности. Полосы изобилуют постановочными фотографиями, где позирующие герои свидетельствуют не столько о реальности, сколько о подмене ее пафосным зрзацем. Кроме региональных приложений, информационно-новостная ценность которых минимальна, выпускаются отраслевые полосы, посвященные юбилейным датам отдельных производственных или административных структур. Например, в «Народной газете» в номере за 26 марта 2008 г. под рубрикой «Люди и дела» опубликованы две юбилейные полосы, посвященные 70-летию хлебокомбината № 3 и 70-летию Советского района г. Минска.

В белорусской прессе лишь изредка появляются публикации, где едва заметен собственно медиакритический аспект. В этой связи можно вспомнить опыт общенационального издания «Советская Белоруссия» (другое название – «СБ. Беларусь сегодня»). На страницах газеты раз в неделю печатаются диалоги главного редактора с читателями,

которые ведутся в Интернете в режиме он-лайн. На критические вопросы и замечания жителей нашей страны даются аргументированные ответы главного редактора. Публикация, занимающая, как правило, две полосы, по сути, является медиакритическим анализом республиканской газеты.

В какой-то степени можно было бы говорить о медиакритических симптомах в публикациях, тематическое содержание которых связано с экранными средствами массовой коммуникации. Однако назвать эти публикации кино- либо телекритикой сложно. Как правило, это материалы информационно-рекламного или откровенно развлекательного характера. В них все более открыто используются приемы массовой культуры: зрелищность, мифологизация, стандартизация, ориентация на массовое потребление. Такая журналистика является для читателя не столько сферой рекреативного потенциала, сколько возможностью удовлетворения разного рода амбиций, в том числе и потребительских.

В республике выходит специализированная телегазета «Антенна», 40 полос которой заполнены перепечатками из российских изданий, телепрограммой, анонсами новых белорусских телепроектов. Ежедневно в «СБ. Беларусь сегодня», в городской газете «Вечерний Минск» выходят полосы «ТВ твоего дома» и «Сиди и смотри», которые мало чем отличаются от информационных подборок в «Антенне». Соблюдается принцип: предлагать информацию гламурного типа, новость развлекательного характера. Это особенно заметно в публикациях, посвященных вопросам кино и телевидения. Некоторые попытки медиакритического творчества есть в новом профессиональном журнале «Журналист».

Современная белорусская пресса представляет однородный медиаландшафт, где принципы структурирования сведены к нулю. Именно поэтому таблоидные особенности заметны в качественных изданиях, а газеты, которые называются «национальными социально-политическими», «массовыми общенациональными», мало чем отличаются друг от друга. В них в освещении самых разных тем наблюдаются одинаковые подходы. Нивелирование прессы происходит по разным причинам: с одной стороны, заметно стремление угодить массовому потребителю, а с другой – налицо отсутствие внимания к степени востребованности информации. Медиакритика в этом процессе, несомненно, сыграла бы позитивную роль, поскольку одной из ее приоритетных задач является изучение деятельности СМИ как источников регулярно предоставляемой информации о действительности, что имеет жизненно важное значение для социальной ориентации граждан, функционирования современного, постоянно трансформирующегося общества.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Баранов В.И., Бочаров А.Г., Суровцев Ю.И. Литературно-художественная критика. М., 1982.  
Иванов Д.В. Глэм-капитализм. СПб., 2008.  
Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2004.  
Короченский А.П. Пятая власть? Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов н/Д., 2003.  
Ламбет Э.Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе к журналистской профессии. М., 1998.  
Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. М., 2004.

Поступила в редакцию 22.05.08.

*Людмила Петровна Саенкова* – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой литературно-художественной критики.