

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»  
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)

*А.ЗАХАРЧЕНКО, Т.В. КАРЕЛОВА*

## МЕДИАКРИТИКА: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

Рекомендовано редакционно-издательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве учебного пособия для обучающихся по основным образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки 42.03.02 Журналистика, 42.03.04 Телевидение

САМАРА  
Издательство Самарского университета  
2021

УДК 070(075)  
ББК 76.01я7  
3-382

Рецензенты: д-р филол. наук, проф. Е. С. Шевченко,  
канд. филол. наук, доц. Н. Н. Борщева

*Захарченко Наталья Аркадьевна*

3-382 **Медиакритика: от теории к практике:** учебное пособие / *Н.А. Захарченко, Т.В. Карелова.* – Самара: Издательство Самарского университета, 2021. – 80 с.

**ISBN 978-5-7883-1682-6**

В образовательных стандартах подготовки журналистских кадров (направления «Журналистика», «Телевидение») дисциплина «Медиакритика» занимает достаточно важное место. Этот курс – необходимое звено в формировании профессиональной культуры и профессиональной ответственности потенциального журналиста. В условиях трансформации СМИ и неопределенности ценностных ориентиров современного общества он позволяет будущим специалистам в области журналистской деятельности стать компетентным участником массовой медийной коммуникации.

УДК 621.791(075)  
ББК 30.61я7

ISBN 978-5-7883-1682-6

© Самарский университет, 2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Сущность и задачи медиакритики как направления в отечественной журналистике.....	4
Глава 2. Типологические свойства современной медиакритики .....	7
Глава 3. Медиакритика в современной блогосфере.....	10
Глава 4. Жанровая стратегия современной медиакритики.....	13
Глава 5. Функциональные возможности медиакритики.....	21
Медиакритическая лаборатория.....	23
Приблизительная тематика рефератов .....	26
Рекомендуемая литература.....	28
Приложение 1. Ирина Петровская. Медиакритика: «хорошие» и «плохие» мальчики. Почему телевизионщики пытаются расширить границы допустимого .....	32
Приложение 2. Секретная служба телевидения. О функциях телекритики (круглый стол в редакции журнала «Искусство кино»).....	37
Приложение 3. Речь Леонида Парфенова .....	65
Приложение 4. Повесть о президенте.....	69
Приложение 5. Примеры творческих проектов студентов кафедры теории и истории журналистики Самарского университета .....	74

## ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ МЕДИАКРИТИКИ КАК НАПРАВЛЕНИЯ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Феномен отечественной медиакритики сегодня весьма любопытен. С одной стороны, в современной теории журналистики окончательно не оформилось представление об этом явлении. Процент профессиональных журналистских медиакритических материалов в современных средствах массовой информации все еще не высок. С другой стороны, сегодня, в век информационных технологий и развития социальных сетей, каждый пользователь способен выступать в роли своеобразного критика. Эта практика «народной журналистики» приводит к тому, что осмысление критики медиа ставится все сложнее, но вместе с тем и интереснее.

Следует обратить внимание, что в качестве объекта медиакритики предстают опубликованные материалы СМИ. В связи с этим можно говорить о том, что основная задача современной медиакритики – определение уровня актуальности и всесторонности отображения той или иной информации, транслируемой в масс-медиа. Как правило, критик занимается тем, что находит всевозможные искажения описываемой в СМИ картины мира, а затем дает рекомендации по устранению тех или иных неточностей, добиваясь тем самым правдивости и объективности. Своевременный анализ контента масс-медиа и создание собственного критического материала – главные инструменты воздействия на аудиторию в руках автора-критика.

Медиакритика стоит на границе науки и практики. Исследователи современных медиа считают, что она решает ряд теоретических задач по изучению контента отечественных средств массовой информации. Важно подчеркнуть, что сегодня медиакритика характеризуется высокой оперативностью, что становится особенно актуаль-

ным в век информационных технологий. Повсеместная компьютеризация и технический прогресс напрямую влияют на практическую журналистику, в связи с чем можно говорить о важности и необходимости осмысления деятельности конвергентных СМИ. Современная наука при этом едва ли может похвастаться подобной оперативностью в изучении стремительно меняющейся реальности.

Медиакритика как явление уже не первый год интересует современных теоретиков журналистики. Так, А.П. Короченский большое внимание в своих трудах уделяет ее основным функциям, выделяя среди таковых «информационно-коммуникативную, познавательную, коррекционную, социально-организаторскую, просветительскую, коммерческую»<sup>1</sup>. Сформулированы теоретиками и первостепенные задачи медиакритики:

- познание информационного производства;
- изучение и изменение общественного восприятия медийного содержания и представлений о внешнем мире, складывающихся в сознании аудитории СМИ;
- оказание влияния на отношение публики к медиа, формирование определенной общественной культуры изучения и оценки деятельности массмедиа, развитие духовного мира аудитории;
- содействие развитию и совершенствованию творческо-профессиональной культуры создателей медиатекстов;
- социальной среды функционирования средств массовой информации и т.д.<sup>2</sup>

Медиакритика, как быстро эволюционирующая область отечественной журналистики, осуществляет критическое осмысление наиболее актуальных аспектов производства массовой информа-

---

<sup>1</sup> Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростов. ун-та, 2003. 284 с.

<sup>2</sup> Там же. 284 с.

ции. Особый акцент в этом осмыслении делается, в первую очередь, на творческую сторону создания мультимедийного продукта и непосредственное обращение к аудитории СМИ.

Оценивание творчества современных журналистов, а также изучение взаимодействия средств массовой информации с читателями, зрителями, слушателями, способствует тому, что медиакритика помогает аудитории ориентироваться в актуальных информационных процессах. Материалы, созданные медиакритиками, направлены прежде всего на то, что у аудитории вырабатывается представление об особенностях функционирования отечественных массмедиа, формируется критическое мышление, появляется навык самостоятельной оценки журналистских текстов. Сегодня, когда регулярно появляются всевозможные фейковые новости, умение рационально анализировать информацию становится особенно актуальным и значимым.

В условиях, когда теория не успевает за практикой, современная медиакритика своевременно позволяет прийти к усовершенствованию деятельности средств массовой информации, определяя устаревшие элементы, выявляя сомнительные процессы в их деятельности. Медиакритические тексты так или иначе направлены на формирование общественного мнения и, соответственно, на преодоление социальных конфликтов, связанных с деятельностью профессиональных журналистов.

## ГЛАВА 2. ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКРИТИКИ

В отечественной теории принято выделять четыре типа современной медиакритики:

- академическая (научная);
- профессиональная (внутрикорпоративная);
- массовая;
- гражданская (любительская).

Академическая медиакритика представляет собой теоретические исследования современных ученых и занимается изучением наиболее сложных процессов, происходящих в отечественных массмедиа. Этот тип критики требует компетентного подхода к рассматриваемым явлениям и обращен в первую очередь к профессиональным журналистам и научному сообществу.

В качестве примера подобной критики можно привести публикации в вестниках университетов и журнале «Журналист».

Профессиональная медиакритика адресована работникам современных средств массовой информации и другим авторам медийного контента. Этот тип критики также называют внутрикорпоративным. Условно журналисты пишут для журналистов и о журналистах. Чтобы более-менее качественно отзываться о наиболее актуальных проблемах, свойственных контенту отечественных медиа, нужно разбираться в этой теме на уровне эксперта-профессионала.

В российской профессиональной критике можно выделить такие имена, как Ирина Петровская, Анри Вартанов, Юрий Богомолов и другие. Творческий стаж профессиональных медиакритиков, как правило, исчисляется десятками лет, поэтому к их мнению сложно не прислушиваться.

Тексты массовой медиакритики направлены как на самую широкую аудиторию средств массовой информации, так и на профессиональных создателей медиаконтента. Однако безусловный приоритет данный вид критики отдает все-таки читателям, зрителям и слушателям. В этом случае авторы-журналисты получают сразу два диаметрально противоположных амплуа. С одной стороны, они выступают как профессионалы, к которым автор медиакритического текста обращается с критическим анализом их произведения. С другой стороны, они составляют и общую часть аудитории СМИ, но, конечно же, не стоит забывать, что это наиболее критично настроенная аудитория.

Гражданская медиакритика представляет собой публикации, подготовленные от имени различных гражданских организаций, а так же индивидуально наиболее активными членами общества, которые действуют по собственной инициативе и никоим образом не связаны ни с одним средством массовой информации. Очень часто этот вид медиакритики называют «обывательской», поскольку среди авторов таких материалов представлены не только эксперты в области медиа, но и очень далекие от профессиональной журналистики граждане.

Принято считать, что на современном этапе именно гражданская медиакритика наиболее активно содействует формированию продуктивного взаимодействия между массмедиа и их аудиторией.

Гражданская медиакритика чаще всего оформляется в двух видах.

Во-первых, это могут быть «письма» аудитории в редакции средств массовой информации с положительным или отрицательным отзывом на какой-либо контент. Этот тип был достаточно широко распространен в советское время. Сегодня же он фактически утратил свою популярность. В современных изданиях очень редко можно встретить какие-то выступления аудитории, затраги-



вающие те или иные аспекты функционирования отечественных СМИ. Причем чаще всего такому анализу подвержена продукция телевидения. В то же время практически не поступают отклики на радиопередачи или газетные тексты.

Во-вторых, гражданская медиакритика представлена своеобразными рецензиями пользователей всевозможных интернет-ресурсов. Чаще всего современные электронные платформы позволяют не только оперативно публиковать тот или иной материал, но и так же быстро обмениваться мнениями о продуктах массмедиа.

Сложно спорить с тем, что гражданская медиакритика оформилась в связи с развитием научно-технического прогресса. Сегодня практически любой человек может размещать в сети свой персональный контент. Так, наряду с профессиональными журналистами, в современном медиапространстве активно стали появляться работы авторов-любителей, которые с интересом пишут об актуальных проблемах средств массовой коммуникации.

В этой связи в последние годы активно стали говорить о любительской критике. Конечно, такой тип текстов нельзя в полной мере считать медиакритикой, поэтому исследователи не выделяют его как отдельный вид. Однако в любом случае этот феномен нельзя оставлять без внимания, поскольку, с одной стороны, он все-таки близок медиакритике, а с другой – оказывает на медиакритику положительное влияние и стимулирует интерес аудитории к профессиональным материалам.

В идеале все известные виды медиакритики должны взаимодействовать между собой, обогащая друг друга актуальными идеями и новыми подходами.

### ГЛАВА 3. МЕДИАКРИТИКА В СОВРЕМЕННОЙ БЛОГОСФЕРЕ

Сегодня ситуация такова, что многие профессиональные журналисты в поисках дополнительных площадок для самореализации развивают персональные блоги. Очень часто бывает так, что в своих блогах профессиональные критики дублируют мысли, которые ранее высказывали в средствах массовой информации. В таких блогах, как правило, можно встретить профессиональную, интересную, аргументированную позицию по тому или иному медиа-вопросу.

Что касается блогосферы в целом, то можно говорить о том, что границы ролей автора и аудитории размываются и становятся весьма условными. Читатели, зрители, слушатели наравне с автором блога участвуют в создании информации.

В связи с этим в интернете возникло множество хостингов, таких, как, например, YouTube, где активные пользователи могут представлять собственные материалы.

Важно отметить, что в интернете нивелируется такое понятие, как «периодичность потребления информации», что характерно для традиционных медиа. В сети Интернет информация может появляться одновременно с самим событием (провести «прямой эфир» теперь может практически любой пользователь), поэтому и аудитория получает транслируемую информацию здесь и сейчас.

Справедливо говорить о том, что сейчас вырабатываются новые подходы массмедиа к созданию контента, а также к носителям информации и каналам ее распространения, что способствует формированию у аудитории новых навыков взаимодействия со СМИ.

Блогосфера представляет собой разновидность добровольного объединения граждан в зависимости от их интересов. Сегодня

многие исследователи считают, что отечественная блогосфера достигла такого уровня развития, что способна оказывать значительное влияние на формирование общественного мнения.

Интернет – едва ли не самая удобная площадка для получения не только фактической информации о чем-либо, но и оценки этой информации участниками события, а также всевозможными экспертами. Пользователь глобальной сети может обобщать самые разнообразные сведения, формируя при этом собственное мнение о личности, ситуации, проблеме. При этом не стоит забывать о том, что не вся информация, которая опубликована в интернете, может быть достоверной, поскольку никакого законодательного ограничения в этом случае нет, в отличие от деятельности профессиональных журналистов и зарегистрированных СМИ, которые опираются на ряд законодательных актов и Федеральный закон «О средствах массовой информации».

В настоящее время блогосфера стала отличной площадкой и для современной медиакритики. Медиакритические блоги становятся платформой для обсуждения особенностей влияния масс-медиа на общество, а также для определения роли средств массовой информации в этом обществе.

Качество медиакритического блога напрямую связано с профессионализмом автора контента. Сегодня перед журналистикой стоит ряд проблем, которые в том числе пытаются решить медиакритические блоги. Среди этих проблем выделяются скудность редакционных ресурсов, серьезная конкуренция, перманентно возрастающая сложность смыслового наполнения и др.

Таким образом, на современном этапе функционирования СМИ можно говорить о том, что под воздействием интернета изменяется не только сама система массмедиа, но и их критика. Профессиональные журналисты получили возможность самостоятельно реагировать на ту или иную оценку своих материалов. Бла-

годаря массовому распространению социальных сетей и блогов, медиакритика стала доступной для повсеместного обсуждения. Медиакритический блог становится практически идеальным форматом для открытого выражения своей точки зрения, которая подкреплена реальными фактами.

Современные медиакритические блоги в последнее время особенно интересны студентам – будущим журналистам Самарского университета. Так, в ходе практических занятий по курсу «Медиакритика» они готовят медиакритический проект, посвященный анализу всевозможных блогов. Даже в названиях этих проектов – «Фантастические медиатвари и как они просвещают», «Повелители YouTube» – уже звучит критический подход к осмыслению медиаконтента (см. Приложение 5).

## ГЛАВА 4. ЖАНРОВАЯ СТРАТЕГИЯ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКРИТИКИ

Стратегия – любая (!) – предполагает выработку и применение комплексных мер, непосредственно направленных на активизацию имеющихся ресурсов и способствующих успешной реализации той или иной задачи – бытовой, социальной, экономической, творческой. Жанровая стратегия в этом смысле не является исключением. В частности, неопровержим тот факт, что от выбора жанровой формы зависит степень эффективности того или иного коммуникативного процесса. Жанр, не будучи формальной характеристикой текста, как раз позволяет автору оптимально решить свои коммуникативные задачи, воспользовавшись стратегическими возможностями жанровой структуры.

Медиакритика – новая область журналистской деятельности, явление развивающееся и, как отмечают многие исследователи, нужное и перспективное. Перспективное по нескольким причинам.

Во-первых, медиакритика ориентирована на борьбу с непрофессионализмом, с нарушением этических норм; во-вторых, она рассчитана на урегулирование спроса и предложений на информационном рынке СМИ; в-третьих, ориентирована на популяризацию массмедиа и, как следствие, на формирование медиаграмотности у широких слоев населения.

Современный участник коммуникационного процесса, будучи не только потребителем, но и полноправным соавтором качественного медийного продукта, обязан овладеть основными стандартами медиаобразования. «Плюрализм мнений на страницах СМИ отсутствует»<sup>3</sup>, – с сожалением констатирует Т.Д. Орлова, давая

---

<sup>3</sup> Орлова Т.Д. Литературно-художественная критика в пространстве постмодернизма // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: тезисы межвузовской научно-практ. конференции. СПб., 2001. С. 22-23.

общую характеристику современному подходу к работе с информацией в области массовой коммуникации. Именно этот пробел и призвана восполнить критика современных масс-медиа. Не случайно другой исследователь – Р.П. Баканов – настаивает на организации профессиональной дискуссии, разъясняющей сообществу важность медиакритики и ее статус<sup>4</sup>. Ни у кого не вызывает сомнений, что медиакритика – продуктивное оружие в борьбе с непрофессионализмом и медианевежеством.

Вот почему сегодня явление медиакритики получило широкое распространение: оно затрагивает практически все виды СМИ – прессу, телевидение, радио, Интернет. И интерес к медиакритике как особой сфере журналистики, где предметом оценки, анализа и критики становятся СМИ, на современном этапе развития журналистики объясним и оправдан многими факторами.

В первую очередь, важна телевизионная медиакритика, хотя бы уже потому, что «ТВ неотделимо от политики, в нашей стране оно – ее часть»<sup>5</sup>. Кроме того, трудно умалить степень стойкой психологической зависимости наших современников от ТВ. Телевизионный экран способен формировать в сознании «массового человека» новую реальность, не имеющую ничего общего с действительным окружением. В результате, «*homo sapiens*» постепенно вытесняется другим субъектом – «*mediasapiens*». Возникает иллюзия бытия, ощущение некоторого раздвоения, и мы словно проживаем не одну, а две жизни – с одной стороны, данную нам природой, настоящую; с другой – искусственную, навязанную телевидением. Как раз телекритика призвана помочь зрителю избавиться от

---

<sup>4</sup> Баканов Р.П. К проблеме необходимости профессиональной дискуссии о медиакритике // Трансформация систем СМИ в современном мире: материалы Международной научно-практ. конференции. М., 2010. С.5-6.

<sup>5</sup> Баканов Р.П. К вопросу о социальной проблематике в современной критике медиа // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: тезисы межвузовской научно-практ. конференции. СПб., 2007. С. 133-134.

подобных виртуальных наваждений, не утратить связь с реальностью и не потеряться в телевизионном мире.

Естественно, медиакритика неоднородна по своему тематическому наполнению, жанровым признакам, способам реализации творческой идеи. Кроме того, традиционно медиакритические материалы могут иметь разную направленность – массовую, академическую, внутрицеховую.

Существенное отличие можно наблюдать между общероссийской и региональной медиакритикой. Как правило, в регионах медиакритика представляет собой появление эпизодических, непостоянных рубрик и материалов в прессе, содержащих критическое осмысление состояния современных СМИ. Наоборот, в газетах, имеющих статус федеральных, есть постоянные рубрики, регулярно рассказывающие о содержании и качестве телепродукции. Например, «Теленеделя» в «Известиях», «ТелеВедение» в «Литературной газете». Самарский регион не является исключением. Однако отдельные приметы медиакритической мысли все заслуживают анализа и – шире – научного обобщения.

Ученые и исследователи массовых коммуникаций, представляющие журналистскую науку, также участвуют в критическом осмыслении современной медиасреды. Представители академического сообщества исследователей массовых коммуникаций адресуют свои работы не только коллегам по научному цеху и студентам, но и – что очень важно – профессионалам массмедиа. В связи с этим весьма ценным является опыт проведения научно-практических конференций, круглых столов, мастер-классов с приглашением представителей СМИ. Деятельность преподавателей высших учебных заведений, ведущих подготовку будущих журналистов, рекламных и PR-специалистов, направлена и на выпуск ежегодных сборников по материалам научно-практических конференций, в основе которых – интерпретация и оценка дея-

тельности журналистов России. Все это, безусловно, способствует сближению журналистской науки с журналистской практикой. Сближение позиций ученых и представителей журналистского сообщества, обмен опытом и сотрудничество в области медиакритики – очень важное направление.

Несмотря на то, что медиакритика активно развивается, становится предметом пристального внимания ученых в научных журналистских кругах, следует отметить – теория медиакритики далеко не исчерпана. Наоборот, по мере развития этого направления все острее становится дефицит полного, всестороннего изучения этой области журналистики. Один из таких «назревших» вопросов, нуждающихся в теоретическом осмыслении, – жанровые возможности медиакритических материалов.

При выборе жанровой формы медийные критики идут по уже проторенному пути, уверенно ориентируясь в жанровой палитре литературно-художественной, театральной, киноведческой критики. Рецензия, статья, обзор, комментарий, в том числе и сатирический, – все эти устоявшиеся и хорошо известные формы критических материалов, в качестве предмета оценки и анализа выбирающих спектакль, фильм, книгу, картину и т.п., с успехом переносятся на критику СМИ.

Однако современная медиакритика осваивает – и весьма продуктивно – и новые жанровые ресурсы. Так, в медиакритической экспертизе популярным жанром, активно используемым современными печатными СМИ, становится колонка, в которой звучит «неповторимый голос» автора, чьи острые, полемически точные наблюдения свидетельствуют о яркой индивидуальной манере, умении подавать материал под особым – нетривиальным – углом зрения. Колонка требует от медиакритика особой степени ответственности – автор говорит в ней не столько от имени издания, в котором он публикуется, сколько от себя лично. Его жизненная по-



зиция, его точка зрения становятся, таким образом, эффективным воздействующим средством, «заряд» которого может балансировать между положительным и отрицательным полюсами – в этом и заключается нравственный выбор каждого, кто видит себя специалистом в области медиакритики. Следовательно, в идеале, если вспомнить уже известное «не навреди», именно этот принцип должен стать профессиональным кредо современного журналиста.

Зачастую на жанровую ориентацию медиакритики влияет сам характер содержащейся в ней информации – невысокий профессиональный уровень медийных текстов обуславливает возникновение низкого по качеству медиаотзыва. Как правило, аналитика начинает заметно уступать новостному ряду, на первый план выходит констатация, а не оценка фактов. Профессиональный разносторонний анализ подменяется элементами сенсационности, предпочтение отдается скандальной тематике, слухам. В результате меняется и жанровая стратегия медиакритики – появляются анонсы, критические заметки, реплики, которые ни по объему, ни по содержанию не дотягивают до полноценных медиакритических публикаций. Можно с уверенностью констатировать – жанровая стратегия современной медиакритики еще не выработана, а эксплуатация тех или иных жанровых форм критиками медийной сферы зачастую носит спонтанный, неосознанный, произвольный характер. Сегодня медиакритик, изучая медийное пространство России, не всегда ориентируется на аудиторию – на ее ценности, идеалы, не учитывает ее информационных потребностей. Тем более, у него нет сознательно выработанной жанровой стратегии, позволяющей максимально эффективно и грамотно осуществлять творческую экспертизу современного медийного продукта. В жанровом отношении медиакритика «мельчает», идет по пути упрощения.

Конечно, при выборе той или иной жанровой формы журналисту необходимо учитывать и направления современной медиакритики: например, академическая и массовая медиакритика будут нуждаться в совершенно разных жанровых стратегиях.

Парадокс в том, что современное медиакритическое направление само порой нуждается в критическом анализе – в объективном разборе достоинств и недостатков. «Распространение критики настроенческой, с бурными чувствами восхищения, негодования, сплетнями и скандалами»<sup>6</sup> уводит читателя от реальности.

Не случайно вопрос о том, как называть человека, работающего с телевизионным контентом – телекритиком, телеобозревателем или журналистом – до сих пор остается открытым. Даже специалист такого уровня, как Ирина Петровская («Новая газета», ранее – «Известия»), признается, что в России не существует медиакритики как института. Вместо этого есть «небольшое количество журналистов, которые пишут о телевидении серьезно и системно, и есть огромное количество журналистов, которые пишут не о ТВ, а о том, кто из ведущих у какого модельера одевался, в каком ночном клубе был замечен и сколько получает». При этом, «телевизионщики не делают разницы между первыми и вторыми, и все, что пишется о ТВ, скопом называется телекритикой». Точно так же ими не делается различий между тем, какой жанр выбрать для упаковки того или иного критического содержания: приоритеты расставляются не в пользу определенной жанровой стратегии, а в пользу «пропускной способности» конкретного медийного продукта, успешно продвигаемого информационном рынке страны.

Основная причина того, что медиакритика развивается крайне медленно и однобоко, что освоение жанровых форм происходит по

---

<sup>6</sup> Орлова Т.Д. Литературно-художественная критика в пространстве постмодернизма // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: тезисы межвузовской научно-практ. конференции. СПб., 2001. С. 23.

принципу «старый друг лучше новых двух», кроется в том, что «люди, пишущие о ТВ, не хотят отвечать за все ТВ»<sup>7</sup>. Тем не менее, неясность статуса российской телекритики не снимает вопроса о ее профессиональной ответственности.

Открытых вопросов много. Неизученными остаются жанровые формы сетевой медиакритики. В профессиональных дискуссиях (в том числе и затрагивающих область жанра) нуждаются такие медийные продукты, как программы «ПрожекторПерисХилтон» и «Большая разница», с помощью которых телевидение позволяет критиковать современное медийное пространство. Их жанровые ориентиры, нацеленные в целом на гедонистический формат, на поднятие рейтинга массового телепродукта, свидетельствуют о новой тенденции, которая медленно, но верно начинает преобладать в телевизионных программах с отчетливо выраженной критической составляющей, вектор которой направлен на содержание современного медийного контента и способы его реализации. «ПрожекторПерисХилтон» и «Большая разница» вряд ли можно причислить к классическим образцам медиакритического видения. Будучи зрелищными, развлекательными, аккумулируя под «оберткой» формата «шоу» различные жанровые единицы (пародию, сатирический комментарий, стеб, а порой и двусмысленную реплику за гранью фола), они уводят зрителя в мир смеха, эпатажа, глума, тем самым превращая критику, по меткому выражению Ю. Богомолова, «в хватание каждого, кто появляется на экране, за язык»<sup>8</sup>.

Процесс тотальной медиатизации современного информационного общества необратим. Глобализация, конвергенция, интеграция и другие важные характеристики современного медиaprостранства оказывают существенное влияние на содержание и

---

<sup>7</sup>Богомолов Ю. Телекритика в поисках предмета // Телерадиоэфир: история и современность. М., 2008. С. 374.

<sup>8</sup>Там же. С. 375.

качество медийного продукта. В современной российской журналистике именно медийная критика способна осуществлять одну из важнейших функций – функцию общественного контроля и саморегулирования журналистского сообщества. Представляется очевидным, что коммуникативная стратегия авторов, профессионально ориентированных на эту область журналистского творчества, должна выстраиваться с учетом жанровых приоритетов как самого автора, так и его аудитории.

В настоящее время «на ТВ стереотипы восприятия, жанровые образования, типологические основания, всевозможные форматы прочны, как железобетонные конструкции. Их не отбросишь, но внутри них можно, как показывает опыт, работать»<sup>9</sup>. Жанровая стратегия медиакритики, несмотря на свою заданность предыдущим опытом в области критического анализа, продолжает порождать причудливые формы критической мысли.

---

<sup>9</sup> Богомолов Ю. Телекритика в поисках предмета // Телерадиоэфир: история и современность. М., 2008. С. 378.

## **ГЛАВА 5. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МЕДИАКРИТИКИ**

Функциональные возможности современной медиакритики сегодня достаточно широки. И все же главной ее функцией остается непрерывный анализ контента средств массовой информации. Медиакритика сегодня направлена на то, чтобы определять степень соответствия освещаемых общественных процессов с реальной картиной мира, формируемой СМИ.

Медиакритика активно воздействует на представление работников СМИ о нормах в профессиональной деятельности, определенным образом влияет на контент массмедиа, своевременно корректируя его, а значит, и способствует повышению уровня социального реализма, качества отображения реальной действительности.

Вместе с тем не стоит забывать и о другой важной функции медиакритики – наблюдать за взаимоотношениями массмедиа и общества. Сложно спорить с тем, что социальная роль средств массовой информации сегодня бесспорно высока: общественное мнение в большей степени формируется под воздействием содержания материалов, транслируемых СМИ.

Современная медиакритика часто направлена на познание факторов, которые оказывают влияние на функционирование массмедиа и во многом определяют их контент. Ведь сегодня деятельность СМИ во многом подчинена административному регулированию и своеобразному экономическому контролю, а также зависит от степени благоприятности условий, которые бы гарантировали настоящий плюрализм мнений по всем социально-значимым вопросам. Деятельность средств массовой информации на современном этапе не только предопределяет качество знаний аудитории, но и влияет на способность принимать решения.

Если говорить о других функциях медиакритики, то можно обратить внимание на то, что они в целом соответствуют основным функциям современной журналистики:

- коммуникативной;
- познавательной;
- регулятивной;
- просветительской;
- социально-организаторской.

К традиционным функциям исследователь А.П. Короченский добавляет и функции, которые, по его мнению, характерны исключительно для медиакритики – «коррекционную и коммерчески-промоционную»<sup>10</sup>.

Медиакритика в современном обществе играет значимую роль, однако, как правило, ее воздействие рассредоточено во времени, поэтому о его характере достаточно сложно судить.

---

<sup>10</sup>Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростов. ун-та, 2003. 284 с.

## МЕДИАКРИТИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ

### **Задание 1.**

*Сделайте обзор современного состояния медиакритики с целью ознакомления с данной сферой, выявления основных тенденций и проблем. Для этого рассмотрите:*

- традиционные СМИ;
- интернет-порталы;
- блогосферу;
- социальные сети;
- самарские медиа.

### **Задание 2.**

*Составьте дайджест публицистических приемов, активно реализуемых в современной медиакритике. Выделите их стилистические особенности. Для этого рассмотрите:*

- традиционные СМИ;
- интернет-порталы;
- блогосферу;
- социальные сети;
- самарские медиа.

### **Задание 3.**

*Выделите три компонента в медиакритическом тексте: информационный, публицистический, аналитический. Как они связаны с правовыми, организационными, техническими, экономическими аспектами деятельности того или иного медиа?*

### **Задание 4.**

*Чем медиакритика отличается от литературной, театральной и кинокритики? В своих рассуждениях учитывайте тот факт, что к медиакритике относится критика любых телевизионных фильмов, специально снятых для телепоказа, как художественных, так и документальных (в том числе сериалов).*

### **Задание 5.**

*Ознакомьтесь с книгой Владимира Семеновича Саппака (1921-1961 гг.) «Телевидение и мы: четыре беседы» (1963 г.). Составьте впечатление:*

- о критериях оценки телевизионных передач, которые применял В. Саппак;
- стиле подачи материала в творчестве данного автора как первого отечественного медиакритика.

*Напишите эссе на тему «В чем прав В. Саппак? В чем он ошибался?».*

### **Задание 6.**

*Составьте портрет медиакритика (по выбору), обратив внимание на следующие аспекты его творчества:*

- место публикаций;
- профессиональные интересы, основные этапы биографии;
- проблемно-тематический диапазон публикаций;
- «градус оценочности»;
- приемы персонализации и персонификации;
- жанровая стратегия;
- соотношение объективного и субъективного;
- творческий почерк.

*По результатам наблюдений сделайте доклад с мультимедийной презентацией.*

### **Задание 7.**

*Найдите медиакритические материалы, выполненные в жанре*

- заметки (расширенной заметки);
- новостного телевизионного сюжета;
- аннотации;
- интервью;
- рецензия;
- колонка;
- обзор.

*Как, на ваш взгляд, отличить собственно медиакритический формат от так называемой имитационной медиакритики, то есть от оценки в промо- и рекламных материалах, как правило, положительно-восторженной?*



### **Задание 8.**

*Напишите медиакритический материал на одну из теле- или радиопрограмм федерального или регионального (как вариант – YouTube-канал, спецпроект в интернет-СМИ). Реализуйте собственный медиакритический проект на основе материалов, созданных вашими однокурсниками. С этой целью выберите редактора, дизайнера проекта.*

*Используйте сильные аргументы и яркие примеры. Помните о логике изложения и продумайте ее заранее. Высказывайте собственное мнение корректно и обоснованно, приводите доказательства вашей позиции.*

## ПРИБЛИЗИТЕЛЬНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Медиакритика на современном этапе: проблемы и перспективы.
2. Основные направления современной российской медиакритики.
3. Жанровая палитра современной медиакритики.
4. Способы активизации внимания аудитории в современных медиакритических материалах.
5. Проблемы коммуникативной этики в массовой медиакритике.
6. Проблема субъективного и объективного в современной медиакритике.
7. Функциональные возможности академической медиакритики.
8. Традиции русской критической мысли в современной медиакритике.
9. Стеб как подмена критической мысли в современных массовых изданиях.
10. Образ автора в медиакритике Ирины Петровской.
11. Образ телезрителя в медиакритике Ирины Петровской.
12. Модель современного российского телевидения в «Теленеделе» И. Петровской.
13. Элементы медиакритики в самарской прессе.
14. Критический взгляд на современное российское телевидение в программе «Большая разница».
15. Место и роль радиопрограммы И. Петровской «Человек из телевизора» («Эхо Москвы») в системе современной медиакритики.
16. Место и роль радиопрограммы А. Качкаевой «Смотрим телевизор» («Свобода») в системе современной медиакритики.
17. Элементы медиакритики в «Литературной газете».
18. Элементы медиакритики в «Новой газете».
19. Элементы медиакритики в газете «Комсомольская правда».
20. Элементы медиакритики в «Свежей газете».

21. Функции внутрикорпоративной критики в журнале «Журналист».
22. Функции внутрикорпоративной критики в журнале «Журналистика&медиаарынок».
23. Профессиональная медиакритика в журнале «Среда».
24. Профессиональная медиакритика в журнале «Массмедиа».
25. «Электронный дневник» как форма критического обсуждения этических аспектов функционирования современных СМИ.
26. Интернет-критика на современном этапе.
27. Телекритика А. Вартанова.
28. Телекритика С. Тарошиной.
29. Тетекритика Ю. Богомолова.
30. Критика массмедиа в публицистике Д. Дондурья.

## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Алешина, Н.В. К вопросу о функциях профессиональной медиакритики // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БелГУ, 2006. С. 202–206.

2. Баканов Р.П. Гражданская медиакритика в информационном пространстве России // Тонус. Научное и учебно-методическое издание факультета журналистики и социологии КФУ (№ 18). Казань: Казанский университет, 2010.

3. Баканов Р.П. Массмедиа глазами газет: Практические рекомендации в помощь начинающему медийному критику: учебно-методическое пособие. Казань: Издательство Казанского государственного университета, 2008.

4. Баканов Р.П. Специфика телевизионной критики в России (Из текущих наблюдений) // URL: <http://www.lomonosov-msu.ru/2007/09/BakanovRoman.doc.pdf>

5. Баканов Р.П. Телевидение сквозь призму газет 1990-х годов (на материалах изданий Москвы и Татарстана). Автореф. дисс. канд. филол. наук. Казань, 2006.

6. Баканов Р.П. Телевизионная критика в «Комсомольской правде» первой половины 1990-х гг. // Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Журналистика, реклама и связи с общественностью: новые подходы», 31 октября – 1 ноября 2005 г. / под редакцией профессора В.В. Тулупова. Воронеж, 2005.

7. Бейненсон В.А. Современная медиакритика: проблемы взаимосвязи теории и практики // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2014. № 2 (2). С. 418–421.

8. Богомолов Ю. Телекритика в поисках предмета // <http://www.broadcasting.ru>

9. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002.

10. Варганов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках: учебное пособие. М., 2003.

11. Владимирова Т.Н., Славина В.А. Медиакритика: между теорией и практикой // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. №4. С. 646–659.

12. Гольденберг Ю. Ирина Петровская // <http://www.uralweb.ru>

13. Гринфельд В. А. Корпоративная медиакритика на страницах профессионального издания // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2015. Т. 1. № 3. С. 118–126.

14. Гуреев М. Колумнисты Существует ли современная телевизионная критика? // <http://www.kultura-portal.ru>

15. Добросклонская Т.Г. Роль и задачи медиакритики в информационном обществе // Журналистика в 2004 году. СМИ в многополярном мире. Сборник материалов науч.-практ. конференции. Часть 1. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. С. 66–68.

16. История медиакритики: к постановке исследовательской проблемы// История языкознания, литературоведения, журналистики как основа современного филологического знания. Материалы международной научной конференции. Ростов н/Д: РГУ, 2003. С. 87–89.

17. Коломиец В.П. Телепространство глобального мира // Телефорум. 2002. №4.

18. Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Ростов н/Д: Международ. ин-т журналистики и филологии, 2002.

19.Короченский А.П. Медиакритика в России и за рубежом: общественная роль, функции, перспективы //Средства массовой информации в современном мире. СПб.: СПбГУ, 2001.

20.Короченский А.П. Медиакритика как форма диалога и взаимодействия между гражданским обществом и СМИ // Акценты. Новое в массовой коммуникации. Альманах. Вып. 1-2 / под ред. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2003.

21.Короченский А.П. Медиаобразование и медиакритика // Журналист. – 2003. – № 12.

22.Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики: Автореферат диссертации на соискание ученой степени д. филол. н. СПб, 2003.

23.Короченский А.П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов-на-Дону, 2003.

24.Лозовский Б.Н. «Четвертая власть» и общество: на тернистом пути к согласию. Екатеринбург, 2001.

25.Лозовский Б.Н. Журналистика: краткий словарь. Екатеринбург, 2004.

26.Научность медиакритики // Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий. Воронеж: ВГУ, 2003. С. 25-27.

27.Матисон, Д. Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2013.

28.Медиаобразование: подготовка к жизни в «информационном обществе». URL: [http://mediareview.by.ru/mediaedu\\_001.htm](http://mediareview.by.ru/mediaedu_001.htm)

29.Медиаобразование для электронной эры // URL: [http://mediareview.by.ru/mediaedu\\_003](http://mediareview.by.ru/mediaedu_003)

30.Медиакритика как область современной журналистики // URL: [http://mediareview.by.ru/media\\_001.htm](http://mediareview.by.ru/media_001.htm)

31.Медиакритика и аудитория СМИ. Взаимоотношения медийных организаций и аудитории в рыночной среде //URL:

[http://mediareview.by.ru/media/media\\_002.htm](http://mediareview.by.ru/media/media_002.htm)

32. Медиакритика в Интернете // URL: [http://mediareview.by.ru/media/media\\_003.htm](http://mediareview.by.ru/media/media_003.htm)

33. Медиакритика как фактор влияния на профессионально-этическое регулирование журналистских сообществ. // Средства массовой информации в современном мире. СПб.: СПбГУ, 2003. С. 132-134.

34. Медиакритика как форма диалога и взаимодействия между гражданским обществом и СМИ. // Акценты (ВГУ). Новое в массовой коммуникации. 2003. № 1. С. 5-13.

35. Рашков Д. Медиа-вирус. Как поп-культура тайно воздействует на наше сознание. М., 2003.

36. Трохин А. Телекритик Ирина Петровская // URL: <http://www.prizyv.ru>

37. Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010.

38. 101 неделя с Ириной Петровской. М., 2000.

**Ирина Петровская**

**Медиакритика: «хорошие» и «плохие» мальчики.  
Почему телевизионщики пытаются расширить границы  
допустимого<sup>11</sup>**

Начнем с того, что медиакритики как института у нас не существует. Есть небольшое количество журналистов, которые пишут о телевидении серьезно и системно, и есть огромное количество журналистов, которые пишут не о телевидении, а о том, кто из ведущих у какого модельера одевается, в каком ночном клубе был замечен и сколько получает. Телевизионщики не делают разницы между первыми и вторыми журналистами и все, что пишется о телевидении, скопом называют телекритикой.

Недавно меня позвал Дмитрий Дибров на свою «Апологию» и предложил мне отдуваться за всю телекритику. В частности, в день, когда выходила эта программа, газета «Московский комсомолец» написала что-то по поводу дибровской зарплаты, и он был страшно возмущен тем, что газета, по его словам, наврала. Мои попытки втолковать Диброву, что это не телекритика, а байки по поводу, успехом, по-моему, не увенчались.

Между тем ситуация с телепрессой сегодня напоминает американскую 60-70-х годов. Ее точно описал профессор Николай Голядкин в сборнике «Проблемы радио и телевидения», который был опубликован еще при советской власти.

Итак, профессор Голядкин описал типы журналистов, пишущих в Америке о телевидении. Первую категорию составляют са-

---

<sup>11</sup> Цит. по: <http://interlibrary.narod.ru/GenCat/GenCatArt/GenCatTV/116000001/1160000001.htm>



мые беспринципные журналисты, живущие от одного званого обеда со знаменитостями до другого, угождающие своими писаниями невзыскательным читателям и хозяевам прессы.

Другая категория критиков спекулирует на моральной истерии читателей, пользуется любым поводом организовать кампанию истерии против телевидения или в его поддержку.

И третья категория – это аристократы, пытающиеся похоронить телевидение. Их статьи с удовольствием публикуются газетами, так как этот безопасный бунт против телевидения привлекает интеллектуального обывателя.

Сами работники американского вещания делили всех критиков еще проще – на хороших и плохих мальчиков – в зависимости от отношения к их программам. Голядкин приводил мнения американских вещателей, которые говорили, что всех телевизионных критиков в основном роднит хлесткий журналистский жаргон, их критика резка и бесцеремонна и в общем и целом враждебна телеэкрану. При этом ее эффективность нулевая, такая критика не может причинить вреда популярному, но отвратительному шоу или спасти какую-то благородную, но не пользующуюся массовым спросом программу. Как писал американский журнал «Тайм», критерии, с которыми американские критики подходят к оценке программ, весьма смутны, критики много сплетничают, слишком часто проклинают, но не могут предложить ничего конструктивного и значительного, что способствовало бы созданию критериев оценки одного из самых важных средств массового общения, которые создал человек.

Если перенести эти суждения на российскую почву, то мы увидим, что и наша сегодняшняя телепресса много сплетничает, не выбирает выражений в оценке программ и личностей ведущих. Общий тон публикаций часто оскорбительный и хлесткий, потому телевизионщики не воспринимают подобной критики.

Между тем в отличие от Америки, где критика и телепресса существуют много лет, наша критика появилась тогда же, когда появилось так называемое свободное телевидение. То есть, когда в начале 90-х пала монополия Гостелерадио. Прежде любая критика в адрес телевидения жестко пресекалась. Председатель Гостелерадио С.Г. Лапин на одном из совещаний заявил: «Критиковать телевидение – это все равно, что критиковать советскую власть». Контроль за телевещанием в то время осуществлялся исключительно руководством Комитета по телевидению и радиовещанию, а критикам и теоретикам позволялось разве что анализировать природу телевидения и прогнозировать его развитие.

Свобода обернулась как беспределом на самом телевидении, так и беспределом в описании того, что там происходит.

Настоящий телекритик исходит не из интересов телевизионщиков, но представляет интересы общества. Попросту говоря, зрителей. Недавно я была в программе «Принцип домино», где обсуждалась тема взаимоотношений зрителя и телевизора. И один из гостей программы, известный ведущий Первого канала Валдис Пельш на полном серьезе пытался доказать, что поскольку употребление мата не запрещено у нас законодательно, то, следовательно, допустимо в эфире – как один из элементов, добавляющих речи художественную выразительность. А так как телевизионщики постоянно пытаются расширить границы допустимого, то критикам приходится бесконечно доказывать, что есть вещи недопустимые, и даже их обсуждение – за гранью разумного.

Нужно ли потакать низменным вкусам или, напротив, противостоять им и улучшать вкусы и нравы аудитории? Большинство телевизионщиков полагают, что следует потакать, потому что такова аудитория, таковы люди, и средствами телевидения их не переделать. Но ужас заключается в том, что телевидение может сделать людей хуже, чем они есть на самом деле, снизить планку до

такой степени, что человек уже будет не в состоянии отличить, что такое хорошо и что такое плохо.

Производители реальных шоу и шоу типа «Окон» всерьез доказывают, что делают полезную для общества продукцию, позволяя людям выплескивать негатив и агрессию. На самом же деле они формируют у людей с не очень устойчивыми ценностными представлениями перевернутую систему ценностей, разрушая табу, связанные с семейной жизнью, интимными отношениями.

Если говорить об эффективности критики, то некоторые результаты все-таки есть. Так, после шквала критических публикаций было снято с эфира одно из самых скандальных ток-шоу – «Большой куш» с Отаром Кушанашвили. Здесь сошлось все негативное, что накопило телевидение за годы беспредельной свободы: почти открытый мат, пошлость, издевательство над традиционными человеческими ценностями. Самое поразительное, что и аудитория не приняла разнузданности ведущего и программы, и их рейтинг оказался много ниже запланированного.

Есть и другие случаи, когда телевизионщики прислушиваются к критике и воспринимают ее одним из факторов профессионального саморегулирования. После событий на Дубровке журналисты, серьезно пишущие о телевидении в разных печатных изданиях, собрали, обобщили и тщательно проанализировали основные ошибки в освещении трагической ситуации. А потом провели «круглый стол» с участием представителей основных каналов, которые согласились, что ошибки были допущены и следует выработать некий кодекс, регулирующий поведение журналистов в экстремальных случаях.

Если же говорить о будничных, не экстремальных ситуациях, то, как мне кажется, главная задача критика не столько громить некачественные, пошлые программы, сколько поддерживать программы, у которых нет грандиозного рейтинга, но есть благород-

ная, просветительская или культурологическая составляющая, потому что телевизионщики, как бы они ни открещивались от какого бы то ни было влияния телепрессы на их деятельность, тем не менее тщательно следят за публикациями и иногда похвальное слово в газете позволяет спасти и сохранить в эфире полезную передачу.

Вообще рейтинг – штука лукавая. Она ни в коей мере не отражает отношения зрителей к программе. Это всего лишь количество людей, смотрящих телевизор. Но как часто я получаю письма от зрителей: ненавижу такую-то передачу, но смотрю, бешусь, потом пью валидол и не могу заснуть. Что делать?

Да не смотреть! Взрослый человек в состоянии просто выключить телевизор, не доводя себя до сердечного приступа. Правда, у многих наших сограждан не выработан внутренний механизм, позволяющий делать выбор и принимать решения – даже такие мелкие, как смотреть или не смотреть ту или иную программу.

Другое дело – дети. У них еще не выработано критическое начало, они тем более не могут отличить плохое от хорошего, и учитывать детскую психологию обязаны вещатели, не допуская в то время, когда у экрана может оказаться много детей, программ, способных нанести вред психическому здоровью юной аудитории. Если вещатели этого не делают, интересы аудитории обязаны отстаивать критики, знакомые и с мировым вещательным опытом, и с психологией восприятия ТВ.

**Секретная служба телевидения. О функциях телекритики<sup>12</sup>.  
(Круглый стол в редакции журнала «Искусство кино»)**

*Даниил Дондурей.* Одна из основных драм современного российского телевидения – отсутствие многомерной экспертизы всех составляющих этой сегодня важнейшей общественной сферы. Я имею в виду и производство, и трансляцию, и усвоение телепродуктов. Экономику ТВ, проблемы, связанные с его контентом, культурой, воздействием, фиксацией реального, а не фантомного опыта, а также многие другие обстоятельства существования этой, казалось бы, эфемерной, но на самом деле жестко структурирующей наше виртуальное и мировоззренческое пространство области. Телекритики тут – важный посредник, их миссию мы до сих пор, на мой взгляд, адекватно не представляем. А ведь они по идее совсем не в меньшей степени, чем кинокритики, филологи, театроведы или искусствоведы, влияют на наше понимание того, что мы видим и как смотрим на мир каждый день. И дело тут не только в том, что в традиционных, не медийных видах интерпретации культурной практики существует столетняя традиция, тысячи книг, масса исследователей, которые занимаются этим в институтах разных типов. Ничего подобного в современных медиа нет. Странно, что это именно так происходит, поскольку политические или экономические последствия аналитики телевидения неизмеримо больше и ставки выше, чем в классическом искусствознании.

И все-таки хочу сообщить пренеприятнейшее для создателей телевидения известие: медиакритика по своему потенциалу имеет то недооцененное влияние, в первую очередь на общество, а значит, и на производителей соответствующих продуктов, которое

---

<sup>12</sup> Искусство кино. 2008. №4.

рано или поздно всеми работодателями будет приниматься в расчет. Самые разные – недооцененные – функции телекритики, мне кажется, мы и рассмотрим в процессе нашего разговора. Попробуем хотя бы зафиксировать их многообразие и особенности.

Теперь несколько вопросов к вам, уважаемые телекритики: как вы оцениваете состояние вашего «цеха»? По отношению к тем идеальным моделям, которые есть, естественно, у каждого. Какой она должна была бы быть, по вашему мнению? И по отношению ко всем своим потенциальным заказчикам или клиентам, и по формам реализации естественных политических интересов, за ней стоящих, и в связи с разного рода социальными, авторскими измерениями, ее участием в формировании значимых мифов или, наконец, по ее – критики – отношению к колоссальным различиям в зрительских ожиданиях? Я перечисляю совершенно разных читателей телекритики – генеральных и программных директоров телеканалов, продвинутую публику, политическую власть, аналитиков и когорты так называемых «рядовых зрителей». Тут имеется несметное количество связей, задач, следствий, мотивов, без которых нельзя понять, что такое телекритика сегодня. Особенно по отношению к разного рода профессиональным и общественным вызовам.

*Сергей Муратов.* Я вот держу в руках журнал, в котором был напечатан первый обзор критических материалов: «Охота к научению – признак силы» – журнал «Журналист», автор В. Дьяченко.

*Д. Дондурей.* Какой это был год?

*С. Муратов.* 1967-й. Теперь немного истории. «Лес телевизионных антенн...», «Телевидение – искусство миллионов...» – вот два выражения, наиболее часто мелькавшие на газетных страницах начала 60-х. Смысл первого теперешним поколениям приходится объяснять, второе выглядит и вовсе анекдотично. Какое еще искусство на маленьких кинескопах тогдашних «КВНов» и «Тем-

пов»? Тогдашние авторы и зрители верили, что на домашних экранах перед ними рождается будущее искусство. Первая общедоступная книга о новой музе так и называлась – «Телевидение как искусство» (1962). Годом позже вышло «Телевидение и мы» Владимира Саппака. В предисловии к четвертому изданию этой книги, опубликованному в прошлом году, приводятся впечатления о ней нынешних студентов: «Ничего подобного о телевидении я еще не читал... Саппак открывает глаза на многие очевидные факты, которые мы почему-то не видим или, может быть, не хотим видеть... Страшно представить, что сказал бы великий романтик Саппак, посмотрев сегодняшнее ТВ...».

До коммерциализации вещания в нашей прессе сложилось несколько типов телекритических публикаций: анонсирующая (ныне практически вытеснившая своих собратьев) критика, рецензионная (сегодня тоже почти забыта), оценочная – в том числе проблемно-постановочная, социологическая (тогдашним слабым доводам, что некую передачу «тетя Маня» не поймет, в наши дни противостоит сокрушительный рейтинг – ставка на поголовное большинство телезрителей).

Когда в начале 70-х Гостелерадио возглавил С. Лапин, был расформирован отдел научного программирования, хотя продолжал ежемесячно выходить журнал «Советское радио и телевидение», существовал отдел телевидения в газете «Советская культура», систематически печатались статьи в «Журналисте», «Литературной газете», «Театре», «Новом мире», «Искусстве кино». Именно эти публикации питали ту дискуссионную атмосферу, которая и служила формой самопознания электронной музыки. При Союзе кинематографистов был создан Всесоюзный совет по теории и критике телевидения, организующий дискуссионные трибуны на многочисленных фестивалях, в том числе на учрежденном им СЕМПОРЕ (Семинаре по репортажу, ликвидированном с при-

ходом Лапина). В Государственном институте искусствознания возник сектор художественных проблем СМИ (А. Вартанов, Ю. Богомолов и другие), анализирующий вещание, подобный же сектор появился в Научно-исследовательском институте теории и истории кино (Ю. Воронцов, В. Вильчек). Издательство «Искусство» ежегодно публиковало с десятков монографий об эфирных программах и вещательных направлениях, не считая ежегодника «Телевидение – вчера, сегодня, завтра». Печаталось огромное количество книг по темам – «телевидение и кино», «телевидение и театр», «телевидение и литература», «телевидение и наука». Кроме того, всесоюзные фестивали телекино и десятки региональных конкурсов невозможно было себе представить без «круглых столов» и полемики вокруг экранных работ. По своему масштабу они намного превосходили все нынешние конкурсы ТЭФИ, ограничившие себя лишь помпезным вручением национальных наград. Непременной частью студийной практики считалась внутренняя критика – выступления, рецензии и разборы приглашенных аналитиков на публичных обсуждениях текущих программ (исключая политическое вещание).

С середины 80-х в прямом эфире возникли десятки новых рубрик, жанров и амплуа. Появились интервьюеры, обозреватели новостей, модераторы, ток-шоумены, продюсеры. В программу «Телескоп» начали приглашать телекритиков. Газеты срочно обзаводились персональными колумнистами. Однако общий уровень новобранцев оказался столь же запальчивым, сколь поверхностным. Проблемные и социально-прогностические статьи постепенно стали редки, как алмазы. Зато пышным цветом распустились анонсы, реклама и сплетни об интимной жизни телезвезд. На прилавки хлынули еженедельные «ТВ-парки», «Антенны», «ТВ-бульвары»...



*Д. Дондурей.* Просто дальновидное коммерческое телевидение публичную интерпретацию своей деятельности взяло в свои руки.

*С. Муратов.* Отсутствие фестивальных дискуссий и аналитических форумов привело телевидение к атрофии какой-либо аналитики.

Рейтингам (как считается, показателям популярности) анонимного большинства одно время эксперты пытались противопоставить индекс качества. Рожденный в «Независимой газете», этот тип опроса переключался на страницы телевизионного приложения «Известий», а с кончиной последнего – в еженедельник «Семь дней», где и прекратился со сменой руководства издания.

*Д. Дондурей.* Получается, что ТВ совсем не заинтересовано в телекритике.

*С. Муратов.* Телевидение утратило любые возможности самоанализа. Специализированный журнал прекратил существование еще в 1992 году. Приказала долго жить телевизионная редакция издательства «Искусство». В состав Академии ТЭФИ телекритики не входили, не говоря уже об отсутствии самой номинации «телекритика». Издаваемый Евразийской академией телевидения журнал «Телефорум» из ежемесячного превратился в ежегодный. Еще реже в руки сотрудников телевидения попадает журнал «Искусство кино», публикующий аналитические материалы об эфирных программах. И коль скоро первый доходит до одного из сотен работающих на телевидении, то второй, вероятно, читает один из тысячи.

Концепция «телевидения как бизнеса» прежде всего означает трансформацию и даже утрату многих его важнейших функций. Представление о телетеатре сохранилось лишь в памяти ветеранов, о телекино – возникает в бесконечной череде слепленных на скорую руку игровых сериалов, а также в том, что критики именуют

«документалкой» – не фильмов, а программ, притворяющихся фильмами<...>

*Д. Дондурей.* А как вы сами сейчас оцениваете ситуацию?

*С. Муратов.* Во-первых, у нас публичной критики нет. Не так уж много у нас действующих имен. Остались ветераны, такие как Юрий Богомолов, который делает еженедельные колонки в «Российской газете» и в интернете, Анри Вартанов в журнале «Журналист». Еще несколько лет назад, не при Полякове, в «Литературной газете» работала Галина Черменская, очень профессиональный критик. А также довольно часто печатавшаяся Слава Тарошина...

*Анна Качкаева.* Она сейчас публикуется в интернет-издании «Газета.ру», а также ведет колонку в газете «Газета».

*С. Муратов.* Еще Елена Афанасьева, она сейчас на «Эхе Москвы».

*А. Качкаева.* И на Первом канале.

*С. Муратов.* Что касается новой критики, то, на мой взгляд, существуют три профессионала, они все находятся здесь: Петровская, Качкаева и Бородина <...>

*А. Качкаева.* <...> Нет ни одной качественной газеты, где бы не было соответствующей рубрики, колонки и даже целой полосы. Вопрос в другом: в качестве, в критериях, в способностях тех, кто пишет о телевидении. Есть одна странная вещь, которая меня изумляет, – уже почти десять лет на Украине существует портал телекритики, притом очень успешно. В какой бы поисковик вы ни зашли, сразу же появляется этот украинский портал и ничего другого. Никакого нашего «Клуба телепрессы», никаких российских публикаций. Этот украинский портал – профессиональный, ежедневный, с большим количеством рубрик. Здесь анализируют и актуальную программную политику телевидения, и его экономику, и дают высказаться звездам не по поводу последней ночи, а по по-

воду отношения к профессии. У нас нечто подобное попытался сделать Андрей Левкин пару лет назад (сейчас он стал главным редактором «Полит.RU»). Но этот проект не пошел.

*Д. Дондурей.* А как вы считаете, политическая власть понимает значение анализа телепродукции? В любых, самых разных своих функциях телекритика – это все-таки определенный тип квазиинтеллектуальных развлечений, который необходим в современных гламурных изданиях.

*А. Качкаева.* Во всяком случае, наши тексты всегда читаются внимательно. <...> Не знаю про власть, но нашему «Клубу телекритиков» уже семь лет. Нас не очень много, но мы с вами знаем, что не было ни одного года, чтобы все телена начальники, которые нас периодически не любят, не хотят ни читать, ни слышать про нас, – дружно не приходили, чтобы получить наш бумажный диплом. Выслушать то, что мы им скажем, не всегда приятное. Высказаться по поводу нас: так что и заигрывание, и лукавство во взаимоотношениях критиков и критикуемых есть. Только процесс все равно напоминает кулуары – масштаба разговора не хватает.

*Арина Бородина.* <...> телевидение вообще нельзя сравнивать ни с каким другим видом искусства. Особенно, если учитывать, что телевидение все-таки не искусство. Не потому, что здесь нет творчества. Просто телевидение по своей природе – это совсем особый процесс: здесь творчество очень серьезно завязано на политику, технологии, бизнес и индустрию в целом.

*Д. Дондурей.* Вы имеете в виду медийную среду?

*А. Бородина.* Да, вы справедливо сказали, что телевидение – уникальное соединение авторского процесса и интересов экономики. Но прежде всего это, безусловно, – особенно в нашей стране – экономическая прибыль, а также политическое воздействие на электорат. На людей. Кроме того, телевидение еще и самый доступный вид досуга, за который, признаемся, не надо платить день-

ги. А для кого-то это очень важный фактор. Ты просто включил кнопку и смотришь телевизор, развлекаешься... А что касается политического влияния, то оно здесь определяющее, несравнимо сильнее, чем в других видах искусства.

*Д. Дондурей.* И поэтому такое погашение, да? Такое невнимание к столь важным вещам?

*А. Бородина.* Дело в том, что телевидение невозможно воспринимать фрагментарно, потому что оно постоянно, ежедневно 24 часа в эфире. Там все меняется мгновенно, сиюминутно. Бесконечное количество разных поворотов, нюансов, формы, подача... Очень многим кажется, что телевизор – это очень просто: его все смотрят, и поэтому он доступен для критики. И ты делишься впечатлениями: это хорошо, это плохо, одно тебе нравится, а другое – нет. Но мы-то знаем, что существует масса нюансов: политических, экономических, технологических, творческих. Их очень много. Именно это делает телевизионный анализ всегда разнообразным и во многом порой уникальным.

*Д. Дондурей.* Я согласен со всем, что вы сказали. Телевидение – это именно медийная среда, а не корпускулярный выпуск одного произведения за другим, самого по себе. В конечном счете, это среда, в которой мы все живем, многофункциональная, безусловно, мультимедийная среда.

*А. Бородина.* <...> в «Коммерсанте» каждую неделю в той или иной степени анализируется содержание телевизионных программ, и то, как на это реагируют зрители, то есть через рейтинги, – этого нет ни у кого. Это наше «ноу-хау». Колонка «Телелидеры» выходит в «Ъ» еженедельно уже четыре года, и у нее есть постоянная аудитория – не только из телевизионных людей, но и из читателей. И в последнее время из колонки «выходят» даже уже какие-то новые пласты: то, как зрители смотрят те или иные телевизионные события, выливается в совершенно отдельные заметки-события.

Помимо этого в «Коммерсанте», разумеется, выходят интервью с телевизионными деятелями, какие-то иные жанры. Меняется время, соответственно, телевидение и сам подход к его интерпретации<...>.

*Ирина Петровская.* Если говорить обо мне, я этим занимаюсь с 1992 года в еженедельном режиме – страшно сказать, сколько лет. Вначале я пыталась все это в себе объединить, и поскольку у меня была целая газетная полоса, то писала и об экономике, и о том, и о другом, и, конечно же, о новостях ТВ. Потом постепенно я от себя экономику и всякие коллизии, связанные с назначением звезд и начальства, отсекала.

Кроме того, я не пишу для руководителей каналов. Хотя, конечно, для нас мнение самих телевизионщиков, наверное, важно, но оно совсем не основополагающее.

<...> я для себя выбрала определенный вектор анализа, тем более что работаю с 1995 года в «Известиях» (а это важно, где ты служишь), представляя примерно свою аудиторию, ее запросы и горизонты. Я вот в этом своем формате, собственно, при разных начальниках и существую. Но это все-таки взгляд насмотренного, профессионального зрителя. Потому что каждый другой зритель тоже своего рода критик, только занимается этим самостоятельно. У меня задача не в том, чтобы угадать приоритеты моей аудитории, понравится ей передача или нет, но представить мой взгляд, который каким-то образом совпадает со взглядами большого количества людей. Тех, кто думает по этому поводу примерно так же. А если они так, как я, не думают, то им все равно интересно.

*Д. Дондурей.* То есть вы критик, только не обыденный. Я играю с качкаевским термином «обыденный критик».

*И. Петровская.* Ко мне в Екатеринбурге подошли люди и сказали такую фразу: «Вы нам позволяете ощутить то, что не мы сошли с ума. Поэтому мы вас ждем, читаем и говорим себе: «Слава

тебе, Господи! Потому что мы все время сомневаемся в том, что находимся в здравом уме, а, оказывается, есть человек, который публично говорит то, что сегодня совершенно не принято». Возможно, они имеют в виду мои лучшие публикации, но для меня это тоже очень важно. Есть некая точка опоры, которую создает именно телекритик, позволяющая обычному человеку найти себе единомышленника и соучастника своих переживаний.

Да, вы еще сказали: как власть к этому относится? Сегодня сформировалась ситуация, я не знаю, подтвердит ли это Сергей Александрович Муратов, во многом схожая с обстоятельствами работы при советской власти, когда критики тоже ведь почти не было. Лапин говорил: если ты критикуешь идеологически правильную программу, ты критикуешь советскую власть. Вот и сегодня критика информационной и политической составляющей телевидения практически тождественна критике курса президента<...>.

Есть еще одно «но»: в какой степени твой главный редактор связан с руководителями каналов. Потому что если очень хлестко, например, напишешь о ком-то, с кем он или дружит, или находится в каких-то других отношениях, он тоже может воспрепятствовать публикации твоих идей. Я помню, Егор Владимирович Яковлев говорил: «Я тебя умоляю! Пожалуйста, ну не трогай ты дядю Сашу (Александра Николаевича Яковлева, который какое-то время курировал „Останкино“). Ты можешь делать это везде, только не привязывайся к нему в нашем издании».

*А. Бородина.* Я хочу добавить важную вещь, поскольку работаю в ежедневном общественно-политическом издании. Могу сказать, но без конкретных примеров, что реакция на то, что касается телевидения, у нас в большинстве случаев очень сильная. Подчас болезненная и совершенно непредсказуемая. Лично до меня в день выхода публикации иногда не доходит никакой реакции на замет-

ку или текст, вышедший в «Ъ» под моей фамилией. И вроде бы такая тишина. Но потом, постфактум, могу узнать, какая яркая была реакция на эту мою заметку. Как правило, подобные реакции касаются в основном общественно-политического вещания. В частности, на заметки, которые рассказывали о том, как смотрят обращение Путина к народу, его прямые линии, пресс-конференции, какие-то иные мероприятия, которые задействованы властью, реакция была чувствительной.

*Д. Дондурей.* Болезненной?

*А. Бородина.* Разумеется. И часто реакции на мои заметки обсуждаются отнюдь не на моем уровне. В чем моя защита в таком случае? Я всегда говорю, что беру цифры рейтингов не из головы, я их не выдумываю, а только анализирую, свожу воедино и адаптирую к восприятию тех, кто читает «Коммерсантъ». Заходов на подобные заметки о телевидении всегда достаточно. Телевидение пользуется спросом не только на самом телеэкране. Уже второй год у нас внутри редакции есть счетчик заходов на сайт «Коммерсанта» и на конкретные заметки. Мне лестно, что «Телелидеры» по средам, как правило, всегда в первой десятке материалов в газете, в которой ежедневно 24 полосы и заметок и рубрик более чем достаточно. Более того, я всегда примерно понимаю, когда заходов может быть больше, когда – меньше. Потому что есть чисто технические, технологические вещи, а есть более содержательные. Но интерес стабилен. Даже тогда, когда это касается чисто «цифровых» колонок с рейтингами. Конкретные данные, как ни странно, оказались удивительной вещью. И иногда удается угадать настроение читателя, что именно ему будет интересно <...>.

*А. Качкаева.* Давайте я про радиокритику телевидения скажу, потому что постоянная рубрика на тему телевидения на «Радио Свобода» появилась еще в 1993 году. Потом – шесть лет назад – она сложилась в первую программу, которая так и называется

«Смотрим телевизор». Затем еще на четырех радиостанциях появились программы, связанные с анализом телевидения. Про телевидение на радио – это особая ситуация. Живое участие слушателей дает тот самый объем, который не получишь в печатных изданиях. Можно как угодно относиться к тому, как слушатели оценивают телеэфир, но в любом случае это те самые «обыденные критики», которые включаются в наше сотворчество. Они задают вопросы героям, существуют на форуме сайта, становятся экспертами того, что видят в эфире. Конечно, «обыденные критики» снимают первый слой, но, тем не менее, они необходимы. И голос этот должен звучать, хотя многие мои коллеги с этим не согласны и считают, что их лучше в эфир не давать, «поскольку они несут полную ахинею».

С одной стороны, многие телена начальники, продюсеры, ведущие программ с легкостью утверждают: «Ну кто вам звонит в эфир? (На „Свободу“ или на „Эхо“.) Это же сумасшедшие, мы же знаем!» Тем не менее, когда они слышат или читают какие-то интересные им высказывания, даже отдельные фразы, то могут позвонить мне вечером, ночью, рано утром с собственными комментариями, пересказывают расшифровки, смеются, выясняют подробности. Все это говорит о том, что и для всех тех, кто делает телевидение, эта обратная связь так же важна, как и для самих слушателей, которые участвуют в разговоре. Потому что телевизионные профессионалы все равно нуждаются в двух типах признания: среди равных – коллег, профессионалов – и во внешнем признании – признании публики. Не только той, которая «рейтинговое поголовье», но и той, у которой есть голос.

*Д. Дондурей.* Но радио, безусловно, существует по законам тех же медиа.

*А. Качкаева.* Для меня все, что можно отнести к собственно критике, конечно, всегда избирательно и всегда субъективно. Это оче-



видно. Но что бы мы ни говорили, у критики всегда есть функции, связанные с зависимостью от внешних обстоятельств, редакционной политики, с ценностными ориентациями самого человека, с его эстетическими, политическими и прочими воззрениями. У нее есть и функции зеркала, отражателя и, конечно же, компаса в этом гигантском пространстве самых разнообразных, противоречащих один другому сюжетов. Так что критика – это и лоцман, и эксперт-контролер того, что появляется в публичном и медийном поле сосуществования разных смыслов. Нравится это кому-то или не нравится.

*Д. Дондурей.* Вы имеете в виду, что она – общественный контролер? Представитель гражданского общества?

*А. Качкаева.* Да. В каком-то смысле, безусловно. Особенно когда возникают дискуссии на форуме. Людям предоставляется возможность сопоставлять свою точку зрения с высказываниями как ньюсмейкеров, так и телекритиков. Так что телекритика существует как раз в газетах, журналах и на радио, а вот на самом телевидении ничего подобного нет: ни компетентной критики, ни результатов исследований, ни актуальных обсуждений.

*Д. Дондурей.* Почему телеканалы договорились – у них возник такой консенсус или это действительно условия профессиональной этики? – никогда не публиковать мнение друг о друге? Не анализировать телепродукцию ни в теоретическом, ни в историческом, ни в каком-либо другом плане. Что это за цеховой договор такой? Из-за все тех же интересов бизнеса – никогда не пускать саму критику в эфир ни в какой форме?

*С. Муратов.* Были «Телескоп» Крылова, «Пресс-клуб» Прошутинской, но сейчас в современном эфире это сложно даже представить, просто невозможно.

*Д. Дондурей.* На канале «Культура» можно было бы нечто подобное делать, хотя и там, конечно, над всем властвуют интересы ВГТРК.

*И. Петровская.* Лично я подавала на «Культуру» заявку на подобную программу. Пришел доброжелательный ответ Татьяны Пауховой: «Благодарим за внимание к нашему каналу, но, к сожалению, мы лишены возможности». Если перевести с казенного: «Да, но мы не можем себе этого позволить».

*Д. Дондурей.* «Культура» – канал не коммерческий.

*А. Бородина.* А вот мне кажется, что это неправильно – на телевидении рассказывать о телевидении. Ведь ни одна газета, в общем, никогда не анализирует редакционную политику другой газеты. Собственно, так же как и радиостанции не критикуют одна другую. Нет таких примеров. Да, мы пишем о новостных событиях, связанных с газетным миром (покупки, сделки, отставки-назначения главных редакторов), но, как правило, не анализируем, хорошо или плохо поступает та или иная газета, когда пишет о том-то или о том-то. Например, сменился в газете «Известия» главный редактор, мы напишем об этом. Но если сюжет не новостной, то анализировать мы его в «Коммерсанте» не будем. Так же как «Эхо Москвы» не будет обсуждать «Свободу». Более того, к примеру, обсуждать в газете «Коммерсантъ» качество того, как и что, скажем, Ирина Петровская обзорекает в газете «Известия», мы не станем. Это будет выглядеть очень странно. Или обсуждать на «Эхе Москвы» то, как Анна Качкаева ведет эфир на «Радио Свобода». То же самое и телевидение. О новых событиях, даже заметных, которые происходят в мире телевидения, в новостях телеканалов объявляют редко и очень избирательно. А тем более в отдельных программах – если придумать программу, посвященную телевидению, анализировать контексты и смысл происходящего на телеэкране и за кадром. Это противоестественно, на это не пойдет никто. И во многом все связано с корпоративными интересами каждого телеканала и тех, кто там работает. Да и мне лично будет совершенно неинтересно. Потому что, понимая, как устроен

мир телевидения, какие там царят амбиции и комплексы одновременно, они вряд ли смогут рассказывать о себе более или менее объективно. А если не всерьез, то зачем тогда такие телевизионные обзоры-программы в телеэфире?! И уж тем более телекритика.

*Д. Дондурей.* Я говорю не о присутствии телекритики в телевизоре, а об анализе самого продукта, о взаимоотражении и взаимодействии множества разных сторон жизни через этот медийный ресурс. Почему про Косово я могу говорить, а про то, как по-разному предстает косовская проблема на нашем телевидении, не могу. Видимо, потому, что сразу возникает дистанция между событием и его интерпретацией. Станет очевидно, что «ящик» делает с его интерпретацией все что угодно.

*А. Качкаева.* Это должен быть, видимо, канал медиаобразования, который может попытаться объяснять телевидение через ретроспективу стилей, жанров, смену эпох, в контексте мирового телевидения и традиций европейской медиакритики, представить внутреннюю логику жизни индустрии, например, объяснить, как подсчитывается пресловутый рейтинг, почему это необходимо и почему этот инструмент превращается в жупел (кстати, это один из самых часто задаваемых зрительских вопросов). И время от времени – так же как «Культурная революция», «Народ хочет знать» или «Закрытый показ» – в эфире можно поднимать актуальные, общественно значимые темы. Например, «должно ли государство играть какую-то особую роль в этой сфере», что происходит с психикой и ценностными установками людей, которые делают ТВ, что такое современное телевидение – только сфера обслуживания, форма проведения досуга или все-таки нечто большее?

*С. Муратов.* Почему в свое время был закрыт «Телескоп» Крылова? Именно потому, что он шел на Первом канале, но ведущий решил, что он может как-то освещать и программы других каналов.

Я хочу сказать, что к ситуации с телекритикой я отношусь как к абсолютно драматической, я бы сказал – безысходной. Не считайте за брюзжание, но ведь раньше у нас было немного иначе. «Театр», «Новый мир», «Искусство кино», «Советский экран» регулярно печатали материалы о телевидении, и это считалось совершенно нормальным. Существовал Всесоюзный совет по теории и критике телевидения при Союзе кинематографистов СССР. Это был центральный орган. Все критики группировались там, без них невозможно было никакие Всесоюзные фестивали проводить.

*А. Качкаева.* У киношников-то до сих пор есть своя гильдия, а у нас ее нет. И мы не знаем, при каком профессиональном объединении создать ее<...>

Сегодня необходимо осуществлять, если хотите, гуманитарную функцию медиаобразования. Учить, помогать людям не только видеть увиденное, не только считать себя нормальными, но еще декодировать сам смысл телесюжетов, помогать зрителям выбраться из бесконечного потока, в который мы часто болезненно погружены. «Обыденные критики» вычлениют из него смысловые категории, но они не критичны по отношению к тому, что льется с экрана. Помочь им чуть отстраниться от него, научить их выбирать, сопоставлять, искать дополнительные содержательные планы – очень важная задача критики.

*Д. Дондурей.* Эта работа требует не только мастерства, опыта, колоссальных усилий, но и просто огромного количества специалистов.

*А. Качкаева.* Аудитория у нас очень инфантильна, и это тоже проблема. Она инфантильна по определению и вполне соглашается с тем, что ей каналы предоставляют. А те, кто производит телевизионное содержание, чрезвычайно снобистски к своей публике относятся. Обычно они говорят: «Сами мы смотрим телевизор после двенадцати».

*В. Зверева.* Когда мы говорим, что на каналах телевизионная критика не только не приветствуется, а, в сущности, отторгается, то не учитываем, что критика чаще всего ассоциируется с «принижением» или «осуждением», а не с разбором того, «как это сделано» и «что это значит». Например, каковы правила построения ток-шоу и что они позволяют выразить? Что такое сериал и как его переживают зрители? Эти и другие вопросы были бы совершенно уместны. Большая проблема, как сделать их предметом более широкого профессионального обсуждения.

*Д. Дондурей.* Получается, что современные производители контента вообще не заинтересованы в какой-либо экспертизе, кроме чисто коммерческих измерений.

*С. Муратов.* Могу дать справку. До 1990 года существовала так называемая внутренняя критика.

*Д. Дондурей.* Закрытая, секретная?

*С. Муратов.* Да никакая не секретная. Внутренняя критика – это разборы, рецензии, которые заказывало само телевидение. Каждая редакция приглашала телевизионных критиков, особенно когда создавала новую рубрику. Они даже участвовали в еженедельных и ежемесячных планерках, сидели рядом с председателем. Тогда телевидение не воспринимало критиков как своих отъявленных врагов. Когда сегодня об этом говоришь, это выглядит чуть ли не как рассказы из другого мира.

*А. Бородина.* Если вы полагаете, что телеканалам важны публикации рейтингов, я считаю, что это заблуждение. Они заинтересованы в нас именно как в телекритике. В том, чем занимаются Петровская или Богомолов. Думаю, что их тексты читаются с не меньшим вниманием, чем и все остальное в газете. Телебоссы в этом никогда не признаются, но они в критических разборках нуждаются. Что касается рейтингов: иногда они хороши, и тогда те-

левизионщикам это приятно, но часто совсем не хороши, и для любого человека, тем более творческого, это, безусловно, удар по амбициям.

Но, повторюсь, при этом авторы, режиссеры, редакторы, продюсеры крайне нуждаются в телекритике, хотя в этом никогда не признаются. Никто не любит, когда его ругают.

*Д. Дондурей.* Вот, казалось бы, зачем гигантской мировой киноиндустрии существующая система затратных семисот кинофестивалей? Есть главная цель этой деятельности, основное измерение качества фильмов для продюсеров: количество проданных билетов! Казалось бы, зачем Голливуду, контролирующему 62 процента мирового экранного времени, финансировать своих оппонентов – авторские фильмы, которые показывают на фестивалях. Тем не менее, американцы это делают, инвестируя огромные деньги в самые разные некоммерческие проекты. Они сами заинтересованы в противостоянии своим бизнес-идеям, потому что дальновидны и не хотят снижать объем своих завтрашних заработков. Заинтересованы в новых статусах, в новых идеях, в новых художниках, в новых подходах, в разного рода новом, которое, воспроизводя уже известное, через блокбастеры они не получают. Именно для этого, наряду с коммерческим, работает тотально некоммерческое кино. Фестивали, с точки зрения бизнеса, функционируют как своего рода специальная лаборатория Голливуда. Продюсеры понимают, зачем им нужна получившая в Канне «Золотую пальмовую ветвь» румынская картина «4 месяца, 3 недели и 2 дня» (большинство кинокритиков мира считают ее лучшим фильмом прошлого года). Они прекрасно осознают, что для селектирования талантов, увеличения своих креативных ресурсов, поиска новых горизонтов очень выгодно эти фестивали финансировать. Особенно с помощью государственных инвестиций и поддержки городов.

Казалось бы, у телевидения есть огромный политический и публичный ресурс, есть ток-шоу, сериалы, реалити-шоу, множество документальных программ – и нигде (!) нет толковой экспертизы. Вопрос: наверное, это связано с тем, что телевидение слишком тотально? Но ведь и кино тоже. Оно, между прочим, в прошлом году занимало 49 процентов всего эфира. Как тут без экспертизы обойтись?

*А. Бородина.* А зачем? Деньги-то и так идут, и большие...

*Д. Дондурей.* Это сильный ответ.

*С. Муратов.* Он фиксирует разницу между философией здорового и дикого бизнеса.

*Д. Дондурей.* Но вопрос-то этот, действительно, как Ленин говорил, архиважный.

*А. Качкаева.* А еще телена начальникам кажется, что они управляют миром и альтернативы им нет, понимаете? Слишком узок их круг. И это, отчасти, правда, потому что, как и в любой другой отрасли, у нас плохо с кадрами. В данном случае я говорю не про тех людей, которые непосредственно делают программы, – там много профессионалов. А вот на Олимпе тех, кто формирует российский телеконтент, – четыре-пять фамилий, которые мы знаем. Им альтернативы нет!

*Д. Дондурей.* Демиурги?

*А. Качкаева.* В каком-то смысле, да. У самых преуспевающих из них – необыкновенное чутье на массовый продукт и фантастическая ценностная адаптивность. И с политической пропагандой и идеологией развлечений они справляются блестяще. Тем более что за их внимание борется истеблишмент, без его одобрения – оставим сейчас в стороне политические рекомендации сверху – редкий политик, ученый или писатель получит свою «минуту славы». «Медиатизация» жизни действительно сделала этих немногих людей вершителями многих судеб. Поэтому очень часто им не нужен никто. Они и есть этот высший профессиональный суд.

*Д. Дондурей.* Ирина, что вы думаете по этому поводу? Почему телеруководство не нуждается в вашей помощи?

*И. Петровская.* Я полностью разделяю прозвучавшее здесь мнение. Начальство, продюсеры прекрасно видят пружины и последствия этого самого рейтинга. Видят, что совершенно не обязательно большой рейтинг будет у хорошего продукта и наоборот. Поэтому зачем анализировать и проводить экспертизу чего-то, с точки зрения сторонних людей, чудовищного, если зритель туда, как сумасшедший, и так ломится?!

*А. Качкаева.* И наоборот. Репутационные форматы у них есть – значит, зачет. И хорошие вещи поставят ночью. Знают, что многие зрители не посмотрят их, но зато на упреки всегда есть ответ: «Мы же показали!»

*Д. Дондурей.* Вы произнесли очень опасное слово – репутация. Ведь ее в значительной степени делаете вы. Казалось бы, почему бы вас не привлекать для того, чтобы наряду со своими денежными интересами реализовать – продемонстрировать – несколько шикарных демонстрационных проектов?

*С. Муратов.* У них и репутацию делает рейтинг.

*Д. Дондурей.* Почему бы не приучить зрителей к заведомо хорошим программам? У «Завещания Ленина» была небольшая аудитория, но его поставили в прайм-тайм. И благородное дело сделали, и все ТЭФИ получили. Судя о тому, что настоящее кино показывают исключительно ночью, телепрограммисты прекрасно понимают, что хорошо, а что цинично.

*В. Зверева.* Думается, что в России сложилась закрытая система ТВ, в которую важно не пускать никого извне. Важно дозировать инновации, не меняться радикально.

*Д. Дондурей.* Контролировать ее тотально – от и до.

*В. Зверева.* Да, и поэтому рефлексивность зрителей по отношению к реалити-шоу – это такая же взрывная вещь, как рефлекс-



сивность по отношению к тому, как устроены аналитика или новости. Для системы важно, чтобы общество и любой его институт находились в состоянии подконтрольности. А когда вы сравниваете это с кино...

*Д. Дондурей.* Я это специально сделал.

*В. Зверева.* Здесь кажется, что российское кино хотя бы отчасти включается в мировой процесс кинопроизводства с другими способами регулирования, с мобильностью, критикой, экспертизой. Российское телевидение же за счет национального языка или чего-либо еще – территория закрытая, более или менее отгороженная от внешнего мира. Нашему ТВ все равно, что происходит в Европе или Америке, какие порядки приняты «у других».

*Д. Дондурей.* Вернусь к своим баранам. Все понимают, что должна быть некая альтернатива рейтинговым измерениям<...> Можно ли рейтинг <...>как-то потревожить? Если не остановить воздействие на ТВ этой процедуры, то производители будут продолжать дурачить страну, убеждая общество и власть, что люди сами хотят демонстрации низкого – сюжетов о педофилах, самоубийцах, тюрьмах и интимной жизни звезд. Прошу вас порассуждать на тему «телекритика и рейтинговое измерение».

*С. Муратов.* У вас в «Искусстве кино» недавно была напечатана очень интересная статья про рейтинг.

*Д. Дондурей.* Автор – Ирина Полуэхтова, большой знаток этого дела.

*С. Муратов.* Начинается она смешно, с того, что на каком-то собрании телевизионщиков возник вопрос: «А если бы не было рейтинга, как бы вообще телевидение могло измерить свою успешность?» Этот простой вопрос привел всех собравшихся в замешательство, поскольку сегодняшние работники не знают ничего другого, кроме рейтинга. Это какое-то тотальное невежество. Как

будто телевидение началось с рейтинга и может жить только на его основе. Но так было только в Соединенных Штатах – единственной стране, где создана философия рейтинга <...>.

*А. Бородина.* Я хочу добавить. Мне кажется, что рейтинг и анализ интересов и мнений живых людей, человеческий взгляд, то есть суждения критики, – это очень важно. Более того, я иногда сознательно нарушаю формат своей колонки, за которым у меня в газете жестко следят, и пишу о вещах, которые по сути не пользуются большой популярностью у массового зрителя, у большинства. Но есть явления, которые обязательно надо отметить. Я, кстати, считаю важным то, что мы делаем раз в месяц на полосе телекритиков в газете «Время новостей». Как правило, у нас общий взгляд на многие проекты, которые, может быть, не имеют высокого рейтинга, но мы их отмечаем как явление со знаком «плюс» или со знаком «минус». Это часто дает оценку и определяет вектор для тех, кто делает ту или иную программу, и для тех, кто ее смотрит.

И еще. Я бы не выносила за скобки вкусы наших телезрителей. Все мы говорим, что телевизионщики убедили власть, будто они откликаются на чаяния народа. При этом я не считаю, что наши телезрители такие все интеллектуальные, что, действительно, не хотят смотреть и протестуют против того, что им чаще показывают. Более того, когда ты сам в этом визуальном потоке еженедельно находишься – а я по долгу службы не пропустила ни одной передачи «Чистосердечное признание» или «Программы максимум» НТВ, – то начинаешь понимать, почему они имеют такие рейтинги, почему люди это смотрят. Меня, конечно, часто почти тошнило, когда я это смотрела, но почти всегда отстраненный профессиональный мозг отстукивал: вот это, наверное, будет иметь высокие цифры, а это – чуть пониже... Так, наверное, и у тех, кто принимает решение ставить сюжет в эфир. Всегда понимаешь, в чем в этих программах может быть такой манок...

*С. Муратов.* А почему они гадости смотрят?

*А. Бородина.* Потому что в этих программах есть такие «расказки», вечные истории из человеческой жизни. Порой они абсолютно извращенные, патологически ненормальные, но это такой показ некоей существующей реальности.

*Д. Дондурей.* Обращение к пракультуре, к низу, к тому, что относится к до- или внекультурным табу.

*А. Качкаева.* Женильба, смерть, любовь, измена, деньги, болезни...

*С. Муратов.* Пусть смотрят сериалы...

*А. Качкаева.* В том-то и дело, что исследование «обыденных критиков» показывает, что люди все это совмещают, они не способны отделить одно от другого, у них все, что они видят, превращается в вязкую кашу. Кроме того, тут срабатывают одновременно и желание терапевтического эффекта, и желание пощекотать нервы – готовность смотреть ужастики и мистику. Индустрия это знает. Тут действуют гораздо более сложные механизмы. Чтобы разобраться в них, нужно постоянно изучать аудиторию, но это требует времени, исследовательских групп, денег, желания, воли. Для этого надо воспринимать зрителя не как рейтинговое поголовье. Надо не только интуитивно знать, как с этим «поголовьем» работать, но и как в сознание к нему заглянуть. То есть нужно, чтобы ученые занимались совсем другими – качественными – исследованиями.

*Д. Дондурей.* Вот именно. С одной стороны, когда смотришь вашу общую полосу в газете «Время новостей», то видишь, что в ней предъявлен достаточно субъективный, хотя и очень интересный, обзор высказываний, построенный по принципу Джамбула Джабаева: «Что вижу, то пою». Десять человек выставляют несколько сот оценок. Просто рябит в глазах от частотностей.

Начальникам телевидения от этого хорошо, потому что тенденции их работы вы тем самым не ухватываете. Можно что-то концептуальное увидеть, когда вы повторяете друг друга?

*А. Бородина.* Вы совсем нас за растения держите.

*Д. Дондурей.* Нет, нет. Я сейчас просто перец в разговор добавляю. Это – с одной стороны. Теперь – с другой – о том, о чем рассказывала сейчас Вера Зверева, о культурологических рейтингах. Они, может быть, и хороши в специальных университетских сборниках тиражом в сто экземпляров. Но практически не дойдут не только до теленачальников уровня Файфмана или Шумакова, но даже до людей, находящихся семью этажами ниже. Такие студии хороши также для конференций у Теодора Шанина и Льва Гудкова, где мы, исследователи, выступим друг перед другом и опубликуем затем свои выступления в книжках, которые сами же и будем читать.

Повторюсь: важнейшая сфера жизни, управления страной – мультикультурная сфера, связанная напрямую с переходом к инновационному обществу, важнейшая в ста измерениях, – оказывается без объективной экспертизы. Вроде бы сами каналы заинтересованы в профессиональном анализе. В каком угодно виде, например, в совершенно секретных, закрытых рецензиях, написанных за бешеные деньги. Вот мы с Ариной Бородиной и Анной Качкаевой пару раз ходили на летучки к господину Эрнсту, где анализировался телевизионный процесс. Но как-то интересные теоретические встречи со всеми директорами Первого канала быстро выдохлись. Производители и сам Константин Львович потеряли к ним интерес.

Эта работа столь серьезна, закрыта и даже табуирована, что у меня возникает впечатление, что каналы просто не хотят подпускать качественные исследования к святым святым, тем более – выводить их за пределы гетто маленьких научных сборников и самих студий.

*А. Бородина.* Это, конечно, небольшой масштаб исследований, но ко мне периодически обращаются с подобными просьбами производители программ, фильмов и сериалов. Зная, что я пишу о проектах телевизионных и их рейтингах, они интересуются какими-то тенденциями и тем, как зрители смотрят те или иные проекты. Каналы, понятное дело, получают эти рейтинговые замеры, ими пользуются и все аналитические службы ТВ. Но должна быть какая-то система анализа извне, не внутриканальная. Потому что аналитическая служба канала будет говорить то, что им же самим хочется услышать.

*А. Качкаева.* И угадывать желания начальника.

*Д. Дондурей.* Вот именно. Они же не могут быть независимыми.

*А. Качкаева.* Они за это зарплату получают. Но что-то, вроде того, что проводил раньше Первый канал, им самим необходимо.

*Д. Дондурей.* Все равно, эти концептуальные посиделки были сугубо цеховыми и проводились в интересах одной компании.

*А. Бородина.* Раз Первый канал эту потребность чувствует, значит, ее рано или поздно должны почувствовать и другие участники телесообщества. Даже Владимир Кулистиков, придя на НТВ, какое-то время планировал проводить подобные встречи и общение с прессой.

*С. Муратов.* Потом всё спустили на тормозах.

*А. Бородина.* Да. Но телевизионщики же постоянно присылают какие-то программы, звонят, просят посмотреть. Значит, это важно. Более того, не только большие каналы...

*Д. Дондурей.* Вы готовы проводить отсмотр, ставить диагноз по потребностям?

*А. Бородина.* Безусловно. Чаще всего, смотрю почти все, что присылают. Но иногда физически невозможно. И если это совершенно не мой формат, то не могу. Более того, я говорю: «Вы газету-то читаете? У меня нет возможности об этом писать». Я уж не

говору про дециметровые и спутниковые каналы. Конечно, и у них есть потребность в анализе, но людей, готовых его проводить, совсем мало.

*В. Зверева.* Добавлю два замечания. Действительно, у производителей телевизионного контента периодически возникает потребность в профессиональном консалтинге. Такой запрос на телевизионную аналитику у разработчиков и трансляторов программ есть, хотя, по моему опыту, он часто слабо артикулирован. Второе соображение состоит в том, что противостоять сложившейся системе очень трудно. Но сама логика ее существования – централизованная, закрытая, иерархическая – предполагает возможность появления альтернативы – сетевой, открытой, публичной системы оценки, экспертизы медийной продукции. Иной принцип деятельности может развиваться как сетевой проект, опирающийся на новые технологии коммуникации и обратной связи с аудиторией. Я имею в виду коммуникацию в Интернете. Вероятно, это идеалистическая позиция, но и она еще не исчерпала своих возможностей <...>.

*Д. Дондурей.* Но давайте признаемся – зрители-то спокойно обходятся без телекритики. Или все-таки чего-то ждут от нас? Или, как большинство, существуют в главной парадигме отношения к современному ТВ: «Не нравится, но смотрю с большим интересом». Просто находит человека, Ирину Петровскую, которая показывает ему, что он еще не сошел с ума. И ему этого достаточно.

*И. Петровская.* Потребность в этом понимании у всех людей огромная. После показа сериала в магазинах, офисах, в гостях и на улице стоят люди, старые и молодые, и обсуждают то, что вчера видели. Поэтому мне кажется, что эту естественную потребность человека – поделиться, свериться с чьим-то мнением – я частично удовлетворяю. А насчет «ненавижу, но смотрю с интересом»... У меня были письма, я их одно время собирала. Одно из них, когда

«Моя семья» Комиссарова появилась. «Мы с мужем очень немолодые люди, мы уже год смотрим эту программу, всегда с валокордином. В конце обязательно откачиваем друг друга. Мы не могли понять, что с нами происходит, и вот вы нам объяснили, что это гадость. И только теперь мы все осознали». Тоже одна из проблем: зрительская инфантильность и беспомощность. Пожилые люди, явно неглупые...

*А. Качкаева.* Точное наблюдение. Когда в эфире кто-нибудь из героев программ или из моих коллег объясняет слушателям-зрителям, что они видели, скажем, вчера, через какое-то время эти слушатели – это понятно и по электронным письмам, и по звонкам – говорят приблизительно то же самое. Они радуются осознанию того, что теперь могут разобраться с тем, что посмотрели<...>

*Д. Дондурей.* Фактически получается, что сегодня телекритика – это своего рода секретная служба телевидения.

*И. Петровская.* Где-то услышала смешную фразу: в чем проблема телекритика? В том, что он о тупом и глупом должен писать остроумно и ярко.

*Д. Дондурей.* У любого «веда» такая задача, это же своего рода паралитература.

*И. Петровская.* Иногда и описания достаточно, иногда и цитаты говорят больше, чем любой анализ. «На этой неделе Юрий Михайлович Лужков посмотрел... и снял кепку». Или: «Ксения Собчак проехала на лошади и упала». Но это не критика.

*А. Бородина.* Телевидение – это среда. Надо смотреть, записывать, перематывать, пересматривать... Когда пишешь, от многого зависишь и очень многое нужно знать и учитывать. Особенно, если это касается таких тонких вещей, как программирование. Я, кстати, безумно счастлива, когда есть выход на людей, которые могут по сложным темам телевизионным проконсультировать. Особенно если эти специалисты – настоящие профессионалы – не

столь тесно связаны со своим начальством, потому что иначе это всегда усложняет взаимодействие. Нас же не учат телевизионным технологиям. Так что, например, в копилку моего личного опыта в профессии люди, которые делают телевидение, вложили свой огромный капитал.

*С. Муратов.* С одной стороны, я ведь тоже зритель и не могу обойтись без того, чтобы каждую субботу в 11 часов не послушать на «Эхе Москвы» Ирину Петровскую. С другой стороны, я отлично понимаю, что канал «Культура» – действительно качественный – собирает очень маленькую аудиторию. И происходит это, в частности, именно потому, что чем больше поклонников оказывается у «Программы максимум» или «Дома-2», тем их меньше у «Культуры». А без кардинального пересмотра отношения к телекритике, без расширения и уточнения ее реальных функций тут ничего не изменишь.



**Речь Леонида Парфенова<sup>13</sup>**

Мне было предложено произнести минут на семь что-то на тему, которая мне представляется наиболее актуальной сегодня. Я волнуюсь и не буду пытаться произнести по памяти, я первый раз в студии почитаю вслух.

Сегодня утром я был в больнице у Олега Кашина. Ему сделали очередную операцию, хирургически восстановили в прямом и переносном смысле этого понятия лицо российской журналистики. Зверское избиение корреспондента газеты «Коммерсантъ» вызвало гораздо более широкий резонанс в обществе и профессиональной среде, чем все другие покушения на жизнь и здоровье российских журналистов. В реакции федеральных телеканалов, правда, могла подозреваться заданность, ведь и тон немедленного отклика главы государства на случившееся отличался от сказанного первым лицом после убийства Анны Политковской.

И еще. До нападения на него Олег Кашин для федерального эфира не существовал и не мог существовать. Он в последнее время писал про радикальную оппозицию, протестные движения и уличных молодежных вожаков, а эти темы и герои немислимы на ТВ. Маргинальная вроде среда начинает что-то менять в общественной ситуации, формирует новый тренд, но среди тележурналистов у Кашина просто нет коллег. Был один, Андрей Лошак, да и тот весь вышел. В интернет.

После подлинных и мнимых грехов 90-х в двухтысячные в два приема – сначала ради искоренения медийных олигархов, а потом ради единства рядов в контртеррористической войне – произошло

---

<sup>13</sup> Текст выступления Л.Парфенова, ставшего лауреатом премии им .В. Листьева. 2010. 25 ноября.

огосударствление федеральной телеинформации. Журналистские темы, а с ними вся жизнь окончательно поделились на проходимые по ТВ и непроходимые по ТВ. За всяким политически значимым эфиром угадываются цели и задачи власти, ее настроение, отношение, ее друзья и недруги. Институционально это и не информация вовсе, а властный пиар или антипиар – чего стоит эфирная артподготовка снятия Лужкова – и, конечно, самопиар власти.

Для корреспондента федерального телеканала высшие должностные лица не ньюсмейкеры, а начальники его начальника. Институционально корреспондент тогда и не журналист вовсе, а чиновник, следующий логике служения и подчинения. С начальником начальника невозможно, к примеру, интервью в его подлинном понимании: попытка раскрыть того, кто не хотел бы раскрываться. Разговор Андрея Колесникова с Владимиром Путиным в желтой «Ладе Калине» позволяет почувствовать самоуверенность премьера, его настроения на 2012 год и неосведомленность о неприятных темах. Но представим ли в устах отечественного тележурналиста, а затем в отечественном телеэфире вопрос, заданный Колесниковым Путину: «Зачем вы загнали в угол Михаила Ходорковского?» Это снова пример из «Коммерсанта». Порой возникает впечатление, что ведущая общественно-политическая газета страны (вестник отнюдь не программно оппозиционный) и федеральные телеканалы рассказывают о разных Россиях. А ведущую деловую газету, «Ведомости», спикер Грызлов фактически приравнял к пособникам террористов, в том числе и по своей привычке к контексту российских СМИ, телевидения прежде всего.

Рейтинг действующих президента и премьера оценивают примерно в 75 процентов. В федеральном телеэфире о них не слышно критических, скептических или иронических суждений, замалчивается до четверти спектра общественного мнения. Высшая власть предстает дорогим покойником – о ней только хорошо или ничего. При

том что у аудитории явно востребованы и другие мнения. Какой фурор вызвало почти единственное исключение – показ по телевидению диалога Юрия Шевчука с Владимиром Путиным.

Вечнозеленые приемы, знакомые каждому, кто застал Центральное телевидение СССР, когда репортажи подменяет протокольная съемка встречи в Кремле, текст содержит интонационную поддержку, когда существуют каноны показа: первое лицо принимает министра или главу региона, идет в народ, проводит саммит с зарубежным коллегой. Это не новости, а старости, повторение того, как принято в таких случаях вещать. Возможны показы и вовсе без инфоповодов – на прореженной эфирной грядке любой овощ будет выглядеть фигурой просто в силу регулярного появления на экране.

Проработав только в «Останкино» и для «Останкино» двадцать четыре года, я говорю об этом с горечью. Я не вправе винить никого из коллег, я сам никакой не борец и от других подвигов не жду. Но надо хотя бы назвать вещи своими именами.

За тележурналистику вдвойне обидно при очевидных достижениях масштабных телешоу и отечественной школы сериалов. Наше телевидение все изощреннее будоражит, увлекает, развлекает и смешит, но вряд ли назовешь его гражданским общественно-политическим институтом. Убежден: это одна из главных причин драматичного спада телесмотра у самой активной части населения, когда люди нашего с вами круга говорят: «Чего ящик включать, его не для меня делают».

Куда страшнее, что большая часть населения уже и не нуждается в журналистике. Когда недоумевают: «Ну побили – подумаешь, мало ли кого у нас бьют, а чего из-за репортера-то такой сырбор?», миллионы людей не понимают, что на профессиональный риск журналист идет ради своей аудитории. Журналиста бьют не за то, что он написал, сказал или снял, а за то, что это прочитали, услышали или увидели. Благодарю вас.

## Повесть о президенте<sup>14</sup>

«В трудные будни и шумные праздники умел он поднять людей на трудовой подвиг. Замечательный дар у этого человека – увлечь за собой людей, поднять на выполнение долга. Он выкован из крепкого металла. Велики и дерзновенны были планы молодого руководителя – без усталости созидать».

«Огромное количество людей в нашей стране, доверивших ему свою жизнь, сегодня могут честно сказать, что этот человек реально повлиял на их жизнь. Мы живем в период, когда Россия сосредотачивается. И все эти перемены так или иначе связаны с его именем и с его последовательным, поступательным, созидательным движением во времени и пространстве».

Я не стану, дорогой читать, играть с тобой в угадайку: о ком эти дивные слова? Сразу скажу, что между двумя цитатами, как и между двумя экранными произведениями, в которых они прозвучали, – дистанция в 31 год. Первая – из документального фильма

---

<sup>14</sup>Редакция «Известий» сняла с публикации колонку Ирины Петровской о фильме Никиты Михалкова «55» к юбилею президента Владимира Путина. Как сообщила Граням.Ру сама Петровская, впервые за пять лет ее статья не появилась на страницах газеты. Как пишет в своем блоге обозреватель «Эха Москвы» Ксения Ларина, материал Петровской снят по распоряжению главного редактора Мамонтова. Позднее Петровская заявила в эфире радио «Свобода», что Мамонтов сообщил ей, что ее материал опубликуют на следующей неделе. «Я так понимаю, что редакция решила публиковать не в колонке, а отдельно на полосе «Proetcontra», то есть мнение мое, и, наверное, найдут какого-то человека, который оценит этот эпохальный труд Никиты Сергеевича Михалкова со знаком «плюс».

Ксения Ларина поместила в своем блоге полный текст неопубликованной статьи Петровской. В ней журналистка сравнивает фильм Никиты Михалкова «55», снятый к юбилею президента Путина, с фильмом «Повесть о коммунисте», снятом к семидесятилетию генерального секретаря ЦК КПСС Леонида Ильича Брежнева в 1976 году.

«Повесть о коммунисте», снятого к семидесятилетию генерального секретаря ЦК КПСС Леонида Ильича Брежнева в 1976 году. Вторая – из авторской программы Никиты Михалкова «55», специально приготовленной к пятидесятипятилетию президента России Владимира Владимировича Путина в году 2007.

Фильм «Повесть о коммунисте», авторы которого, к слову, были удостоены Ленинской премии, в конце прошлого года показал канал НТВ – к 100-летию со дня рождения генсека. Это масштабное и эпохальное полотно, согретое теплой задушевной интонацией выдающегося артиста Иннокентия Смоктуновского, читавшего текст за кадром.

Авторская программа Никита Михалкова, показанная в минувшее воскресенье телеканалом «Россия» в рамках программы «Вести недели», – творение более камерное, хотя здесь, как и в «Повести о коммунисте», на экране тоже колосятся хлеба, идут по полю комбайны, летят самолеты, идут пароходы, а селяне и горожане радостными криками готовы в нем – новом лидере нации – приветствовать Отца. (Видеоряд, кстати, временами изумляет. Вот Путин, пилотируя военный самолет, за что-то там дергает, а в следующем кадре бомба, стремительно летящая вниз, попадает ровно хонько в здание, разнося его в клочья. Вроде наш президент пока ничего самолечно не бомбил и вообще не воевал – в отличие от героя Малой Земли своего предшественника-генсека?) Но несмотря на стилистическое и концептуальное сходство двух экранных произведений, нельзя не заметить того главного, что все же отличает «Повесть о президенте» от «Повести о коммунисте»: глубоко личностного отношения к герою.

Никита Михалков не прячется за кадр, как Иннокентий Смоктуновский. И он, в отличие от Смоктуновского, не читает чужой текст, а произносит свой, выстраданный, исполненный высочай-

шего восхищения и нежнейшей любви, а потому трогаящий самого автора буквально до слез.

Большому художнику и моральному авторитету нации решительно все равно, что «у кого-то может возникнуть ощущение: мол, не очень ловко говорить в лицо руководителю какие-то слова...

«Говорить в лицо руководителю «какие-то слова» и впрямь, наверное, неловко, особенно в день полу-юбилея. Но те слова, которые находит Никита Сергеевич, пытаясь справиться со скупой мужской слезой, то и дело увлажняющей его лучистый взор, никак не могут вызвать чувства неловкости. Это не просто слова – это цветистый тост, или песнь, или даже гимн, дар сотворения коего, вероятно, передается по наследству, от отца к сыну (генетикам на заметку!).

Перед мысленным взором автора проплывают ужасающие картины хаоса и разрухи, в которые была ввергнута страна к моменту, когда в Кремль пришел Владимир Путин (так, кстати, и в «Повести о коммунисте» прослежен тернистый путь страны от лучины до Байконура). Опытный режиссер умело монтирует хронику начала 90-х с хроникой конца столетия, так что, кажется, что все несчастья сконцентрировались ровно тогда, когда Ельцин совершил второй, по мнению Михалкова, «потрясающий поступок» за всю историю своего правления: добровольно оставил свой пост и передал бразды правления Путину (первый потрясший Михалкова ельцинский поступок – отказ от партбилета на 28 съезде КПСС).

Вспоминает Никита Сергеевич и «время лихих разбойников», когда «страна оказалась поставленной на колени перед несколькими людьми». Вот они, на кадрах хроники – хитрые и алчные, заклятые враги народа Гусинский, Смоленский, Ходорковский, Березовский. Последний, впрочем, похоже, не сразу стал аспидом,

коли за него совсем, в сущности, недавно, как раз в конце «лихих 90-х, агитировал ... тот же Никита Сергеевич Михалков. Вот же проклятая память! Я как сейчас вижу зал, набитый карачаевцами и черкесами, и нашего дорогого Никиту Сергеевича, горячо убеждающего избирателей отдать свои голоса выдающемуся политику современности Борису Абрамовичу, намылившемуся тогда в депутаты ГосДумы от Карачаево-Черкессии. Но кто старое помянет – тому глаз вон. Сам Михалков и не поминает. Лишь радуется, что пришел-таки к власти человек, решительно заявивший: «Которые тут временные? Слазь! Кончилось ваше время».

Автор-рассказчик пытается проникнуть в душу к президенту, размышляя о том, что мог испытывать человек, на плечи которого лег тяжкий крест власти? «Как выдержать то, что на него свалилось? Как это перенести? Как включить в свое существование, свое сердце, свою душу?»

Хорошее подспорье в этих психологизмах – личная дружба, подаренная художнику президентом: о, счастливец! «Я вспоминаю один наш разговор. Он говорит: «Вот смотри, вот кто я был? Вообще: кто я? И почему я оказался здесь?» (Судя по контексту, на вершине власти, а не на Николиной горе, в гостях у друга – И.П.)

Как ответил на эти судьбоносные вопросы «доверитель» Владимира Владимировича или сам Владимир Владимирович – Михалков умалчивает. Просто признается со всей откровенностью и прямотой: «Эта фраза меня поразила. За ней я увидел очень серьезный и ключевой вопрос жизни человека: не как жить, а зачем жить?» Он еще не раз сошлется на личные встречи с президентом – всякий раз потрясающие и поражающие рассказчика до глубины души. Эти личные воспоминания окончательно убеждают: Михалкову можно и нужно верить. Владимир Владимирович абы кого дружбой не подарит и на «ты» не назовет. И уж тем более, не станет обсуждать ключевые вопросы жизни: кто я? Где я? Зачем я?

В конце программы Михалков подводит итоги. Жизнь налаживается. Россия сосредотачивается. В Чечне стабильность, а Грозный стал городом, которому завидует весь Северный Кавказ. «Затянулась кровоточащая рана в духовной жизни наших соотечественников» – произошло объединение церквей. Благодаря Путину пройдет Олимпиада в Сочи. Победно и торжественно звучит папин гимн.

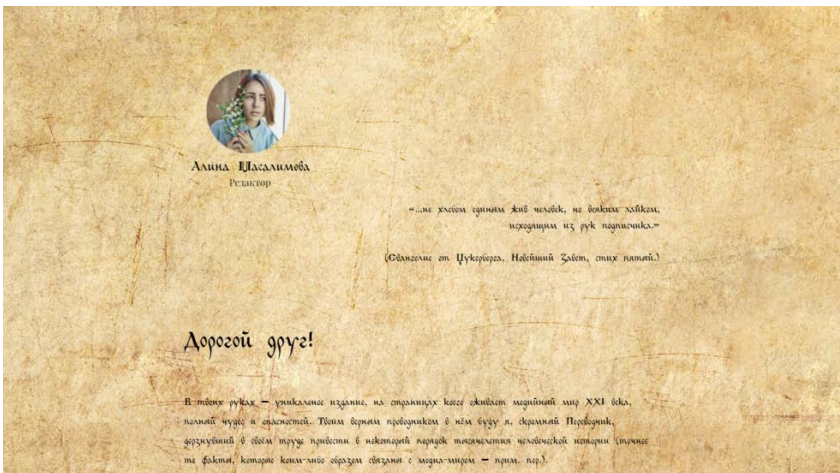
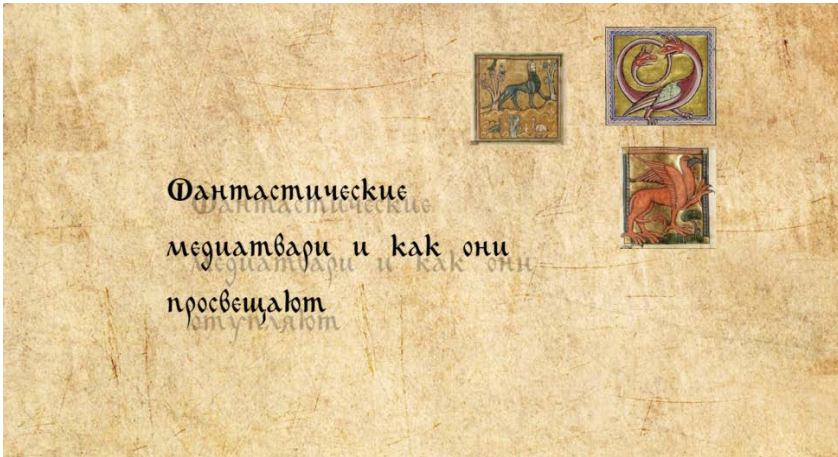
Кода. Глядя всем нам прямо глаза и давясь слезами, Никита Сергеевич произносит финальный монолог: «Путин уходит через четыре месяца. Это вопрос решенный и оценивать его или обсуждать не имеет смысла. Но что мне кажется самым главным: кем бы ни был и чем бы ни занимался наш президент, куда бы ни забросила его судьба, в любом качестве своего существования – я хочу верить и, думаю, эту веру разделяет большинство людей, живущих в нашей стране, – все это он будет делать с достоинством мужчины и офицера.... Он выкован из крепкого металла. Замечательный дар у этого человека – увлечь за собой людей. Поднять на выполнение долга. Мечта о БАМЕ стала явью. Ведут бамовцы свои поезда в край далекий, край нашеньский!»

Ой, извините. В михалковский текст случайно вкрались слова из другой песни, то есть, «Повести». Но, в сущности, она не очень исказила смысл, не правда ли? Это все о НЕМ. И про нас. А главное – про край НАШЕНСКИЙ!»



## Примеры творческих проектов студентов кафедры теории и истории журналистики Самарского университета

### «Фантастические твари и как они просвещают»



# Шлангкунтма



Скитания последнего  
ученика друидов  
Образовательные курсы YouTube



Там — пещера  
муче  
Из новеллы и песни  
интернет-парка



Русские воде  
Игрные виртуальные  
персони на телеканале



Отдай сири  
Мини-проект и Интернет-  
проект



Темно-синие  
гитарашки  
Телеканал «Россия-Культура»



Дивный эрзу  
Tik Tok

## Скитания последнего ученика друидов

Образовательные курсы YouTube



«... И говорил мне мой учитель, что лицевые урки его воице — есть чисто беловид.  
И настаивал он нас, что опыт его и его братии только до мие и брамже и сепраж  
мож болзвиться, ибе нагривет потом чудо дивное, имя коому — онлайн-образование.  
Когда силы покидали его, последний ученице среди учителей заглянул в будущее и  
победил: «В наше время увидел я, как каждый ученик не выходит из дому своего и один  
учитель для всех - цифровый, не живой, а корниами в землю вросший. Поуждай же, науди  
наставника своего!...»



Мировая история  
**Ускоренный курс**  
с Джоном Грином



*«Однако ж славному учителю моему нужно было найти достойную замену. И поэтому я познакомил Джона Грина и продолжил путь свой.*

*И узнал я, что среди учёных мужей славится лекциями своими Дмитрий Быков. В чём же тайна его заключалась?»*

Далее идёт нечто столь неслучайное и чудное, что я смею предположить здесь наличие рекламы и не ущемление достоинства онлайн-шутерами (хочет слух, что в те времена это носило характер эпидемии, которая выкашивала целые города).. Но и здесь по обрывкам фраз Ваш Скромный Слуга выяснил, в чём же состоял феномен великого и ужасного Дмитрия Быкова:

- Дмитрий по профессии учитель, что не могло не отразиться на стиле ведения передачи. Для писателя характерна забота об ученике, поэтому Быков с чувством подходит к каждому. Он полностью компетентен в тех вопросах, которые охватывает, а уверенное повествование не оставляет сомнений в словах лектора.

- Судный подбор спаренных слов и монтажных приемов видео-лекции. Тут можно вспомнить, что на видеоконтинге Дмитрий пришел из телевизиония, а сама программа тяготеет к телевизионному формату.

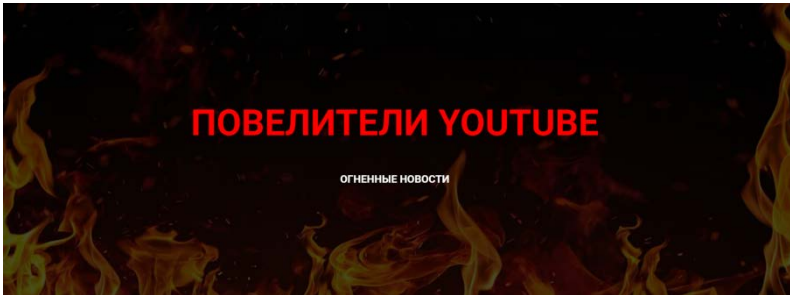
- Научный язык лектора. Это полноценная лекция для студентов, поэтому читать литературу пофильмам на рынках Быкова довольно трудно.



Чем же закончился скитания последнего ученика древних друидов? Вот что он сам пишет:

*«И Когда прошёл я тернистой путь знаний, взял меня в ученики мудрый Дмитрий Быков. Пусть неслетки учения его для льда с клиповым сознанием, но полна истина речь его».*

## «Повелители «YouTube»»



*Артемий Лебедев* хорошо известен как в России, так и за ее пределами. Он умен, находчив и креативен. 46-летний отец десятирех детей и сын известной писательницы Татьяны Толстой в апреле 2019 года решает на своем YouTube-канале не только вести тревел-блог и делать обзоры дизайнерских идей, но и рассказывать о новостной повестке в рубрике «Самые честные новости»

Настолько же остр его язык, насколько понятна схема метро Москвы? Настолько же он объективен в анализе новостей, насколько идеален сайт Студии? Настолько же горячи его новости, насколько необычны логотипы?





## Жги мосты

как друг и враг либерального политического ютьюба делает новости

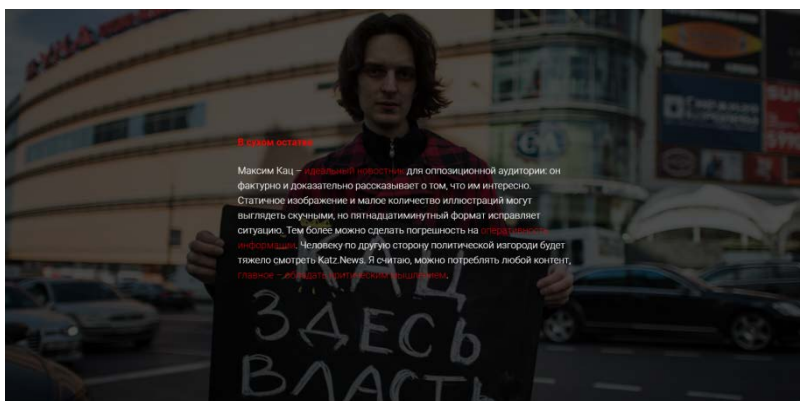
**Имя:** Максим Кац

**Адрес проживания:** Katz News

### Особые приметы:

Максим Кац – политик, лидер и борец. Как и в других сферах своей деятельности, на Ютубе он появился неожиданно, но ярко. Максим Кац завоевал свою аудиторию **ежедневными образовательными и аналитическими видео** об истории России и процессах, которые происходят в мире сейчас. Некоторые прозвали Каца **«говорящей Википедией»** из-за объема информации, которую он транслирует. Так или иначе, это пригодились: скучающей на самоизоляции аудитории, поэтому канал стал популярным.

На одном перекрестке истории далеко не уедешь, тем более эту площадку приходится делить с крупными образовательными проектами с гораздо большими ресурсами. Поэтому Максим Кац со своей командой стали выпускать **новый формат** – Katz News.



### В своем стиле

Максим Кац – **идеальный новостник** для оппозиционной аудитории: он фактурно и доказательно рассказывает о том, что им интересно. Статьи не избиты, а малое количество иллюстраций могут выглядеть скучными, но педантичный формат исправляет ситуацию. Тем более можно сделать погрешность на **«чужом» языке**. Человеку по другую сторону политической изгородди будет тяжело смотреть Katz News. Я считаю, можно потреблять любой контент, главное – **избегать пропаганды и манипуляций**.

*Учебное издание*

*Захарченко Наталья Аркадьевна  
Карелова Татьяна Владимировна*

## **МЕДИАКРИТИКА: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ**

*Учебное пособие*

Редактор И.И. Спиридонова  
Компьютерная верстка И.И. Спиридоновой

Подписано в печать 25.11.2021. Формат 60x84 1/16.

Бумага офсетная. Печ. л. 5,0.

Тираж 25 экз. Заказ . Арт. – 13(Р2У) /2021.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»  
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)  
443086 Самара, Московское шоссе, 34.

---

Издательство Самарского университета.  
443086 Самара, Московское шоссе, 34.