

УДК 82-95::654(470.41)

## МЕДИЙНАЯ КРИТИКА НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

*Р.П. Баканов*

### Аннотация

В настоящей работе представлены результаты контент-аналитического исследования качества медийной критики на страницах газет Республики Татарстан, которые издаются на русском языке. Анализ публикаций 12 газет «постперестроечного» периода позволил сделать заключение, что медийная критика представлена здесь только одним своим направлением – критикой телевизионной. Основной вывод статьи: медийная критика в русскоязычных республиканских печатных СМИ еще не сложилась как отдельное направление.

**Ключевые слова:** медийная критика, телевизионная критика, оценка, обсуждение, телевидение, медиаобразование, массовая медийная критика, диалог.

---

Под термином «медийная критика» нами понимается определение, данное А.П. Короченским: «Медийная критика – особая область журналистики, которая призвана помочь обществу в познании новых реалий и тенденций в деятельности СМИ. Она является одновременно и своеобразным способом рефлексии, самопознания современной печатной и электронной прессы, и общественным зеркалом, которое призвано отражать «блеск и нищету» средств массовой информации, оказавшихся в рыночной среде» (см. [1]). Это новая для российской журналистики область призвана по примеру западных стран (Великобритании, США, Франции, Германии и ряда других) отражать современное состояние СМИ. Медиакритика – направление разноплановое, призванное анализировать конкретные медийные тексты в актуальные проблемы функционирования средств массовой информации в современном обществе.

Хронологические параметры исследования – 1991–2007 гг. Нами изучены двенадцать газет, издающихся в РТ на русском языке. В 1991 г. это были издания «Аргументы и факты – регион», «Вечерняя Казань», «Известия Татарстана» (с 1996 г. – «Время и деньги»), «Казанские ведомости», «Комсомольская правда в Татарстане», «Комсомолец Татарики» (с 1992 г. – «Молодежь Татарстана») и «Советская Татария» (с середины 1993 г. – «Республика Татарстан»).

Некоторые газеты выходят на медиарынок РТ в середине исследуемого периода. Это «Аргументы и факты – регион» (1994 г.), «Комсомольская правда – Татарстан» (1998 г.), «Восточный экспресс» (2000 г.), «Звезда Поволжья» (1999 г.) и «Новая вечерка» (2001 г.). Их анализ проведен по мере становления доступности номеров изданий. Данные печатные СМИ являются республиканскими

общественно-политическими газетами, имеют разную периодичность (ежедневную и еженедельную) и освещают разные повседневные проблемы республики.

В результате контент-анализа в данных изданиях за хронологический период исследования мы выявили около 1070 публикаций, главной темой которых стало телевидение. В данной работе мы исследуем публикации, в которых речь идет как о федеральных, так и о республиканских телекомпаниях. Количество журналистских выступлений практически несопоставимо с численностью публикаций о ТВ в федеральных газетах.

На наш взгляд, все выявленные материалы можно классифицировать по двум группам, каждая из которых может быть разделена на несколько тематических направлений в зависимости от содержания текстов. Структурировать работы предлагается согласно классификации, предложенной нами для сопоставления публикаций о телевидении, опубликованных в федеральных газетах.

Однако классификация материалов республиканских газет отличается от классификации публикаций о ТВ, которую мы предприняли, исследуя федеральную прессу. Прежде всего это связано с отсутствием материалов, освещающих некоторые тематические направления, предложенные нами в классификации. Но групп также остается две. Первая включает в себя работы, подготовленные с преимущественно информационным (фактическим) журналистским подходом, вторая – материалы, содержащие анализ некоторых процессов как вокруг, так и внутри телевидения как вида СМИ.

Что и как анализировалось в работе ТВ?

В группу материалов, подготовленных преимущественно с *информационным (фактическим)* журналистским подходом, мы включили пять тематических направлений. Группа публикаций, содержащая *анализ* телепередач и процессов деятельности ТВ, состоит из трех тематических направлений. Таким образом, всего в классификации можно выделить восемь тематических направлений.

Начало 2000 года привнесло много перемен в информационное поле России, начавшихся после прихода на президентский пост Владимира Путина. Эти изменения отразились главным образом на федеральных СМИ. Вспомним, например, ситуацию с НТВ, третий передел телевизионной собственности, выраженный в устранении с медийного олимпа страны таких ключевых игроков-олигархов, как Б. Березовский, В. Гусинский, В. Потанин, «переакционирование» ОРТ и т. п. Государство стало, по сути, основным «действующим лицом» ключевых редакций.

Проведя исследование, прежде всего отметим, что с 2000 года в ежедневных газетах резко увеличилось число перепечатанных публикаций о телевидении из федеральных печатных, а также электронных СМИ. Это выражается в еженедельной рубрике «Знаете ли вы?» («Вечерняя Казань»), «Теленеделя» («Республика Татарстан») и «Сиди и смотри» («Молодежь Татарстана»). В каждой из них заверстано по 5–6 материалов. Последняя рубрика, кроме перепечаток, содержит еще и анонсы некоторых передач предстоящей недели. Однако в настоящем исследовании мы не анализируем перепечатанные материалы, нас интересуют только оригинальные выступления в указанных выше газетах РТ.

Анонсы телепередач значительно преобладают над их анализом. Прежде всего, это проявляется в увеличении рубрик, в которых содержатся анонсы предстоящих передач, а также фильмов и сериалов. Так, в течение всего периода в газете «Время и деньги» выходила тематическая полоса «Анонсы ТВ»; «Республика Татарстан» в середине 2004 г. «запустила» разворот «Теленеделя», где помимо анонсов публикуются интервью с популярными телевизионными персонами.

Кроме того, постепенное увеличение доли анонсирующих работ связано и с одним политическим моментом. Он заключается в том, что в 2002–2003 гг. некоторые газеты («Восточный экспресс» и «Московский комсомолец в Татарстане») вошли в холдинг казанской телекомпании «Эфир», под «крылом» которой весной 2006 года кроме названных СМИ оказались радиостанции «Максимум», «Шансон», «Динамит-FM», «Эхо Москвы» в Казани, «Новая милицеская волна» и «Русская служба новостей». Фактически редакции данных компаний оказались под влиянием медиаполитики бывшего в то время генеральным директором телекомпании «Эфир» А. Григорьева. В начале октября 2007 г. в один день со своих постов ушли генеральные директора телекомпаний «Эфир» А. Григорьев и «СТС-Казань» Н. Шаховнин.

Соответственно, в данных изданиях и на радио не было ни одного слова критики в адрес «Эфира». Наоборот, регулярно выходили заметки и интервью, посвященные предстоящему выходу новых телепередач.

Мы считаем, что ввиду подавляющей численности промо-материалов, на страницах изученных нами газет в 1990-е годы телевизионная критика как область журналистики лишь начинает свое становление, повторяя основную тенденцию развития критики в федеральных изданиях. Анонсирующие работы выходят регулярно, что сокращает возможность появления на полосе аналитических выступлений. Таким образом, можно сказать, что в материалах о телевидении в изданиях РТ доминируют информационная составляющая, а также ставка на развлечение аудитории. На наш взгляд, материалы данного тематического направления полифункциональны по своему значению. Во-первых, они выполняют информационно-коммуникативную функцию, так как несут в себе определенную новую информацию для читателей.

Во-вторых, здесь важную роль играет реклама конкретных передач, так называемая коммерческо-промоушная функция (А. Короченский, С. Муратов). Редакция, поддерживая проект и рассказывая о нем, стремится, чтобы в нужное время на телеканал настроилось как можно большее число телезрителей. Нам неизвестно наличие коммерческой выгоды для редакций газет от подобного рода материалов, однако ни один из них не опубликован с пояснением «на правах рекламы».

В-третьих, материалы содержат в себе также и рекреативную функцию: в них предлагается одна из форм проведения досуга телезрителя. В текстах не содержится освещения каких-либо проблем. Наоборот, с помощью таких материалов газеты оказывают содействие работникам телевидения в увеличении аудитории и, тем самым, повышении общего рейтинга телекомпаний.

Как видно из контент-анализа, проблемы телевидения на страницах республиканских газет часто имеют политический лейтмотив. Почти за весь хронологический период настоящего исследования в изученных негосударственных

газетах РТ создается образ государственной телекомпании, не удовлетворяющей интересам зрителей, лишенной оперативности и потому имеющей крайне низкий процент постоянной аудитории.

В то же время в правительственной газете «Республика Татарстан» крайне нерегулярно и только с позитивной оценкой освещается деятельность государственной телерадиокомпании «Татарстан». Таким образом, исходя из содержательного анализа материалов, можно сказать, что местные телекомпании подвергаются критике, в том числе и в зависимости от совпадения/несовпадения формы собственности газет и телекомпаний. При этом редакции газет не допускают серьезных выпадов в сторону властных структур, сожалея лишь, что финансовые причины могут лишить зрителей телевизионного эфира.

По сравнению с федеральными газетами, в РТ в отзывах о телепередачах есть большая доля политики. Многие работы опубликованы в 1991–1993 годах – в период, когда наиболее актуально стоял вопрос о государственном суверенитете и даже независимости РТ от РФ. В передачах, нашедших отклик на страницах газет, одной из проблем является идея государственности Татарстана. Политика в таких работах стала своего рода информационным поводом к выступлениям. Так, «Вечерняя Казань» негативно отзывается об информации, прошедшей в эфире «Российской телерадиокомпании». В «Вестях» было передано, что в Казани начинается гражданская война на почве межэтнического разногласия. Редакция «Вечерней Казани» называет это сообщение «уткой» и резюмирует: «В последнее время выпуски «Вестей» все больше напоминают театр абсурда». Заголовок к заметке характерен и однозначен: «Вот такие вести в “Вестях”» (см. [2]). Через полтора года ситуация повторяется, в этот раз во лжи телекомпанию уличают «Известия Татарстана» (см. [3]).

Наше исследование показывает, что в большинстве публикаций речь идет именно о ситуации на казанском медийном рынке. О том, что происходит вокруг СМИ в других городах и районах республики, не сообщается. Думается, что отчасти это связано с тем, что издания, нами проанализированные, хоть и позиционируют себя как республиканские, но распространяются главным образом в столице РТ и ее окрестностях. Кроме того, как выяснилось из бесед с некоторыми известными в Казани журналистами, просившими не называть их фамилий, «у нас не принято выносить сор из избы, то есть вряд ли кто-то захочет рассказать представителю другой редакции, что у меня на работе неладит из-за влияния определенных персон». А если «не принято», то следует ли из этого, что на нарушившего это неписаное правило будут навешаны определенные ярлыки? Публикации эти не вызвали никакой ответной реакции со стороны работников тех СМИ, которые стали объектом описания в материалах. Среди общего числа выступлений нет преобладающей оценки: они распределились поровну между нейтральной и отрицательной. Несмотря на то что некоторые издания все же осмелились вынести «сор из редакционной избы», авторы работ в целом соблюдают корректность по отношению к коллегам – героям своих произведений.

Вообще пресса, на наш взгляд, крайне редко освещала на своих страницах события в федеральном информационном поле, считающиеся значимыми в масштабах всей России. Так, «Вечерняя Казань» весной 2001 г. провела на одной

из центральных улиц Казани акцию по сбору подписей граждан в поддержку телекомпании НТВ. Горожанам был задан вопрос: «Как вы оцениваете ситуацию вокруг НТВ?» Многие из опрошенных отрицательно высказались в сторону политики новых хозяев телекомпании, что «вечеркинцы» и вынесли в заголовок: «Казанцы – за независимое НТВ». Однако анализа сложившейся ситуации, мнений экспертов газета не давала.

В конце 2002 г. в журналистском сообществе Татарстана произошел скандал, связанный с передачей, которую подготовил и в прямом вечернем эфире провел председатель ГТРК «Татарстан» И. Муртазин. В течение часа гости программы (а среди них были и простые граждане, и правозащитник, и даже Государственный советник Президента РТ) делали прогнозы, чем закончится драма с заложниками в московском ДК на Дубровке, обсуждали, как вооруженные боевики смогли беспрепятственно проехать в центр Москвы и захватить в заложники сотни людей. Ответы и мнения получились разными, неоднозначной стала и реакция прессы.

Все выступления, рассказывающие о политике в области средств массовой информации в 2000-х годах, публиковались на страницах негосударственных изданий: в «Вечерней Казани», «Звезде Поволжья» и «Московском комсомольце в Татарстане». Почти во всех выявленных работах присутствуют элементы анализа, критика главным образом поверхностная, авторы, пытаясь ответить на главный вопрос: кому выгодна подобная ситуация, не стремятся видеть за одним событием тенденции, которые, возможно, требуют дальнейшего анализа. Вместо этого – простая констатация фактов и небольшие экспертные комментарии.

Однако наряду с материалами о телевидении с начала 2000-х годов в газетах появляются выступления, содержащие в той или иной степени анализ содержания как отдельных местных изданий, так и некоторых авторов. Это проявляется как и в медийной рубрике «Полный абзац!» («Московский комсомолец в Татарстане», автор «Д. Бобровский», в дальнейшем «Пит Э. Кантроп» – творческие псевдонимы Л. Жаржевского и А. Постнова соответственно, 2000–2005 гг.), так и вне рубрик, например, в «Звезде Поволжья».

В медиакритике Татарстана 2000-х годов произошло значительное сужение ее «тематического поля»: если в 1990-х годах мы классифицировали публикации по тринадцати тематическим направлениям, то в 2000-х – только по шести. Мы говорим о тематических направлениях именно аналитических выступлений, содержащих авторскую оценку деятельности СМИ.

Аналитические материалы выходят в основном на страницах изданий, распространяющихся главным образом в Казани: в «Восточном экспрессе», «Звезде Поволжья», «Молодежи Татарстана» и «Московском комсомольце в Татарстане».

Выявлено всего четыре медийные рубрики: «Взгляд на ТВ» – в «Восточном экспрессе» (январь – март 2003 г., постоянного автора не было); «Культурная неделя» (обзор передач телеканала «Культура», постановка проблем художественно-эстетического плана: русскоязычный литератор и издательство, жизнь русского писателя в Татарстане и некоторые другие. Июнь 2004–2005 гг.); рубрика «Сиди и смотри» / «ТВ-мания» в «Молодежи Татарстана» (2006–2008 гг.) и рубрика «Смотрим телевизор» в газете «Автосити» (г. Набережные Челны).

Можно предположить, что редкие аналитические материалы, выходящие до 2003 года не более двух – трех раз в год, вряд ли остаются замеченными аудиторией.

На наш взгляд, доминирование коммерческо-промоционной функции постепенно привело к тому, что начавшая было зарождаться 13–15 лет назад под влиянием федеральных газет телевизионная критика в РТ в середине 1990-х годов резко «повернула» в сторону светской хроники. Вместо рассуждений о творческих достоинствах/недостатках передач теперь в центре внимания таких публикаций, главным образом, популярные телеведущие, их жизнь, предпочтения, увлечения.

В результате анализа материалов о телевидении в газетах Республики Татарстан мы пришли к следующим выводам.

Несмотря на большое количество опубликованных материалов о телевидении, телевизионную критику в газетах РТ 1990-х годов можно охарактеризовать как зарождающуюся. Под влиянием событийных заметок и корреспонденций доля аналитических телевизионных обзоров и мини-рецензий крайне мала.

На наш взгляд, в данный период не было авторов, которые профессионально делали обзоры телевизионных передач. Ведущие медийных рубрик И. Ниоткуда, В. Лавришко и А. Фокс работали не в формате художественно-эстетического осмысления телевизионного «репертуара», а главным образом занимались пересказом содержания передач, время от времени разбавляя его собственными короткими ремарками об отношении обозревателя к конкретному освещаемому телевизионному продукту. А вот Р. Даутова, которая в 2006–2008 гг. вела еженедельную рубрику «Сиди и смотри» в «Молодежи Татарстана», в каждой своей рецензии старается охарактеризовать телевизионную передачу (сериал или художественный фильм) и определить их соответствие тенденциям современности, понять смысл произведения.

Медийная критика в газетах РТ в некоторой степени повторяет развитие данного журналистского направления в федеральных изданиях. Идентичность проявляется по нескольким показателям. Так, в РТ в рассматриваемый период преобладают материалы без оценки (нейтральные работы), вследствие значительного количества анонсов основным является анонсирующий тип критики, все материалы являются полифункциональными.

Жанровое разнообразие материалов, по сравнению с публикациями на телевизионную тему в федеральных изданиях, небогато; жанры представлены заметкой, заметкой с комментарием, реже интервью, репликой, микрорецензией, информационной корреспонденцией, обзором и крайне эпизодически творческим портретом.

Выделим общие черты, характерные для журналистских выступлений о телевидении.

1. Несмотря на большое количество выявленных материалов, темой которых стало телевидение, около 95% данных работ публиковалось вне медийных аналитических рубрик, крайне эпизодически и нерегулярно.

2. Специальные аналитические рубрики выявлены нами лишь в таких изданиях, как «Аргументы и факты – регион», «Вечерняя Казань», «Восточный экспресс», «Звезда Поволжья», «Молодежь Татарстана» и «Республика Татарстан».

3. Журналистика о ТВ в газетах Республики Татарстан имеет информационный характер и нередко избегает аналитики.

4. Журналисты не ограничиваются рассказом только о телекомпаниях Казани или Татарстана, но и периодически освещают деятельность общероссийских телекомпаний – «Останкино» (позднее ОРТ), РТР и НТВ.

5. Анонсовые материалы опубликованы в специальных анонсирующих рубриках, количество которых на протяжении исследованного периода увеличивается.

6. Состав авторов, работающих в этой среде, крайне невелик. Как правило, это не профессиональные критики, а журналисты или представители других профессий.

7. В значительном количестве материалов речь идет главным образом о деятельности федеральных телекомпаний и лишь иногда – о республиканских и местных.

8. Во второй половине 1990-х годов выявлено увеличение численности публикаций о ТВ, перепечатанных из федеральных СМИ. Такие работы в настоящей статье мы не анализировали.

9. Взгляды авторов материалов на проблемы телевидения субъективны. Это проявляется уже в выборе объекта анализа. Как правило, журналисты анализировали те передачи, которые видели сами (судя по материалам, в сводной сетке вещания таковых насчитывалось не более 5–6). Проводя анализ телепрограмм, авторы материалов, в основном, руководствовались принципом «нравится/не нравится передача».

10. Аналитические материалы на интересующую нас тему выполнены преимущественно в жанре мини-обозрения. Объектами исследования авторы выбирали, как правило, несколько телепередач, вышедших в эфир на прошлой неделе. Кроме их разбора, журналисты старались выявить взаимные связи между телеканалами в отражении тех или иных событий, временами стараясь сопоставить их точки зрения и установить позиции по конкретным вопросам (чаще политическим и культурным).

11. Оценочность. Рассказывая о тех или иных телевизионных передачах, журналисты печатных СМИ предпочитали давать им собственные оценки. Кроме того, мы отмечаем частое применение в данных материалах таких средств художественной выразительности, как эпитет (например, «блистательный журналист» [4] и другие), сравнение («Репортаж – лживая инсценировка» [5] и т. д.). Журналисты не судили о передачах с точки зрения работников телевидения, а смотрели на них «глазами простого телезрителя, который ничего не смыслит в ракурсах, планах, но с любопытством следит за развитием событий в очередной серии «мыльной оперы».

Наряду с информационно-коммуникативной функцией, на наш взгляд, каждое журналистское выступление о телевидении можно рассматривать с точки зрения *рекреативной (развлекательной) функции*. Отметим далее признаки рекреативной функции журналистских выступлений в печати о телевидении.

А. Телевизионная тема среди других направлений каждого из изученных автором газет и журналов является эпизодической. Она не столь важна для аудитории как, скажем, политика, экономика, социальные проблемы.

Б. Работы в печати на соответствующие темы, продолжающие данное направление, основаны преимущественно на сообщениях об интересных (на взгляд редакции или конкретного журналиста) телепередачах.

В. Характер зарождающейся на страницах русскоязычной республиканской печати телевизионной критики, подготовленной в жанре мини-обзоров, позволяет, на взгляд автора данной работы, говорить также о подобных материалах как о приближенных к стилю «желтой прессы», где на первом плане – сенсация, скандалы. Во второй половине 1990-х годов на страницах «Вечерней Казани» и «Республики Татарстан» увеличилось количество материалов о телевидении, перепечатанных из федеральных газет.

По сравнению с минувшим десятилетием, в русскоязычной прессе республики стало больше специальных рубрик, в которых речь идет о массмедиа и главным образом о телевидении. Таковы рубрики «Взгляд на ТВ» в «Восточном экспрессе», «Полный абзац!» в «МК» в Татарстане», «Культурная неделя» в «Звезде Поволжья» и «Сиди и смотри» в «Молодежи Татарстана», «Смотрим телевизор» в набережночелнинской газете «Автосити». Однако их количество пока очень незначительно по сравнению рубриками, в которых речь идет о социальных проблемах общества. Ведущие телевизионных рубрик – не профессиональные критики.

В медийных рубриках постепенно расширяется предмет исследования. Если в 1990-х годах в них рассказывалось *только* о телевизионных передачах, то теперь иногда анализируются и некоторые газетные публикации федеральных изданий, таких, как «Труд» и «Комсомольская правда». Таковы выступления Л. Закирова в «Звезде Поволжья» (2000–2005 гг.)

Телевизионная критика в газетах РТ в некоторой степени повторяет развитие данного журналистского направления в федеральных изданиях. Идентичность проявляется по нескольким показателям. Так, в РТ за десятилетие преобладают материалы без оценки (нейтральные работы), вследствие значительного количества анонсов основным является анонсирующий тип критики, все материалы являются полифункциональными. Но есть и отличия: так, в федеральных изданиях телекритика представляет собой более широкое освещаемое проблемно-тематическое информационное поле, выраженное в проанализированных нами отдельных тематических направлениях.

На информационном рынке Татарстана медийная критика впервые становится способом заработка. Мы имеем в виду еженедельные выступления в «МК в Татарстане» обозревателей Л. Жаржевского, публиковавшегося под творческими псевдонимами «Д. Бобровский» и «Проспект Ибрагимов», и А. Постнова («Пит Э. Кантроп»). «Ехидные заметки» этих людей и подмеченные ими «ляпы», опубликованные или прозвучавшие в эфире в других печатных или электронных казанских СМИ, вызвали ответную реакцию со стороны критикуемых в рубрике редакций.

В изученной республиканской прессе в начале 2000-х годов не появилось новых авторов, которые бы заявили о себе как о подающих надежды медийных критиках. Есть отдельные выступления Л. Закирова и В. Лавришко в «Звезде Поволжья», А. Фокса в «Автосити», О. Платонова и Р. Даутовой в «Молодежи Татарстана» и отдельных авторов в «Восточном экспрессе». Большинство



из выявленных публикаций выполнено в описательном типе критики: отмечен пересказ сюжета, далее следуют некоторые размышления авторов об увиденном по телевидению. В таких публикациях крайне редки сопоставления телепередач, выявление творческих целей и задач, задумок съемочных бригад, а также недостаточно, на наш взгляд, передачи рассматриваются как в контексте общей информационной политики отдельных телекомпаний, так и в ситуации современного развития республиканского телевидения.

В публикациях о телевидении также крайне редко наблюдается «сочетание опыта научного знания с практическим познанием» [6, с. 41]. Это проявляется лишь в работах Д. Туманова, Д. Бобровского, О. Платонова, Р. Даутовой, А. Фокса и отчасти В. Лавришко. Остальные авторы не систематизируют полученные от просмотра телепередач мысли, не стремятся выявить главное и второстепенное в них, а рассуждают только на основе увиденного по телевизору, оправдывая себя тем, что судят о передачах с точки зрения обыкновенного телезрителя, не владеющего приемами критиков. Таким образом, принцип «нравится/не нравится эта передача», как и в 1990-е годы, пока является доминирующим среди местных критиков ТВ.

Среди массива публикаций о массмедиа преобладают журналистские выступления без оценки (таковых чуть более 60% публикаций, а за 2006 год отмечено 90%). Таким образом, далеко не каждый автор берет на себя роль критика или апологета конкретных передач. На наш взгляд, продолжение и усиление тенденции преобладания так называемых «нейтральных материалов» дают нам право на дальнейшее наблюдение за ситуацией. Нет оценок, – значит, нет авторских позиций по отношению к описываемым телевизионным программам, а для критика собственное мнение является чрезвычайно важной составляющей профессиональной деятельности.

Как и в 1990-е годы, публикации, посвященные практике функционирования медийных редакций, выполнены главным образом в информационных жанрах: заметка и информационная корреспонденция. Аналитика по сравнению с минувшим десятилетием увеличилась только в количественном отношении, да и то несущественно. На страницах таких изданий, как «Звезда Поволжья», «Молодежь Татарстана», «Автосити» (г. Набережные Челны), можно найти мини-рецензии на передачи или авторские мнения о них, иногда – небольшие обозрения телевизионного «репертуара».

На протяжении 2000-х годов постепенно уменьшается численность публикаций, содержащих оценку медийных продуктов. Так, если в самом начале XXI в. отмечено 59 критических выступлений, а в 2004 г. – 68, то в 2006 г. было всего 15 материалов (6% всех журналистских выступлений о медиа за год). Огромный массив публикаций составляют анонсы телепередач (от 12% в 2000 г. до 90% в 2006 г.). Мы считаем, что с 2004 года в печати Татарстана наблюдается тенденция к уменьшению аналитики по отношению к медиа. Регулярные аналитические выступления Р. Даутовой в «Молодежи Татарстана», еженедельные обозрения ТВ-программ и фиксирование опечаток в словах рекламных «бегущих строк» А. Фокса в «Автосити» ситуацию не исправляют.

Как следует из контент-анализа изданий, данный вид журналистики пока находится в зачаточном состоянии: авторы, которые хотя бы время от времени

публиковали аналитические статьи, оценивающие практику СМИ, в середине 2000-х годов обратились к другим темам. К сожалению, пока нельзя сказать, когда медийная критика в Татарстане начнет развиваться более интенсивно.

В связи с отсутствием в изданиях выступлений обычных телезрителей и безликостью большинства журналистских выступлений о медиа на газетных полосах по-прежнему нет попыток конструктивного диалога между представителями телеиндустрии и телевизионной аудитории по обсуждению проблем медийной отрасли Татарстана. Как сделать так, чтобы и работники телевидения остались довольны своей аудиторией, и общественность имела бы реальную возможность задать вопросы сотрудникам ТВ и получить на них ответы? Одним из способов решения этой задачи, вероятно, может стать медийная критика, так как она является своего рода катализатором публичного обмена мнениями, дальнейшего диалога между работниками телеиндустрии и его аудиторией. Медиакритика в данном случае предстает как конституционное право граждан на оглашение их мнения о современном состоянии всех видов СМИ.

Если смотреть на критику с точки зрения медийного образования, то можно обозначить еще одну проблему, а именно: информирование аудитории о практике функционирования средств массовой коммуникации и существующих способах формирования собственной «повестки дня» и/или влияния на общественное мнение. Термин «медийное образование» имеет несколько определений, главными из которых, пожалуй, можно считать следующие.

1. Направление в педагогике, выступающее за изучение «закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и др.). Основные задачи медиаобразования подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию реальной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [7, с. 26].

2. «Обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической, автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования медиа как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких, как, например, математика, физика или география» [7, с. 26].

3. «Этот процесс связан со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т. д.) и различными технологиями; оно дает людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как:

- анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты;
- определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст;
- интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа;
- отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории;

– получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции. Направление является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии» [7, с. 28–29].

Как видно из проведенного нами контент-анализа печатных СМИ Татарстана, даже в тех немногих аналитических выступлениях, содержащих критику на статьи, телепередачи, сериалы или ток-шоу, читатели не могут получить сведения о приемах воздействия информации на человека. Журналистская критика в республиканских изданиях пока не имеет постоянства, она разрознена, что, на наш взгляд, приводит к тому, что данный вид критики не может быть назван «летописью современности» даже местного телевидения, не говоря о федеральном ТВ. В крупнейших отечественных газетах и журналах давно уже существует специальная должность телевизионного критика, в обязанности которого входит постоянный мониторинг эфира, анализ некоторых его передач, выявление общих тенденций, приоритетов и направлений эфирной политики.

В печатных СМИ Татарстана нет должности телевизионного критика. В результате аудиторией не всегда сообщается и фактическая информация, касающаяся новых проектов местных телекомпаний, кадровых перестановок, нет комментариев, направленных на выяснение причин определенных фактов.

Журналистское сообщество как Казани, так и Республики Татарстан в целом пока, к сожалению, не готово даже к конструктивной критике в свой адрес. Многие из попыток отдельных авторов дать собственную и по возможности объективную оценку функционирования того или иного местного органа СМИ сталкиваются с непониманием и неприятием коллегами. Ход мыслей примерно таков: «Кто ты такой, чтобы критиковать нашу работу?». Подобные рассуждения могут привести к тому, что некоторые редакции начнут формирование общественного мнения о низком профессиональном уровне критика. Так было, скажем, в противостоянии И. Дурманова и Д. Бобровского в начале 2003 года, когда на страницах «Новой вечерки» появилось несколько редакционных выступлений, осуждающих медийного обозревателя.

Массовая медиакритика в русскоязычных республиканских печатных СМИ еще не сложилась как отдельное направление. По мнению зарубежных и российских исследователей, медийная критика является своего рода катализатором публичного обмена мнениями, дальнейшего диалога между работниками телеиндустрии и ее аудиторией. Распределив все выявленные материалы о телевидении в газетах Республики Татарстан по тематическим направлениям и проведя их сравнительный анализ можно сказать, что телевизионная критика в республике находится в зачаточном состоянии. Подавляющее большинство работ выполнено по различным информационным поводам. Такие публикации представляют собой либо – в большинстве своем – рекламу конкретной телепередачи, либо освещение проблемных ситуаций как на федеральных, так и на республиканских (городских) телекомпаниях.

### Summary

*R.P. Bakanov.* Media Criticism in Tatarstan Republic Newspapers.

The article regards the results of content-analytical research on quality of media criticism in Russian-language newspapers of Tatarstan Republic. Publications in 12 newspapers of the “post-reorganization” period have been studied. Conclusion is made that media criticism is represented here by only one of its possible directions, namely television criticism. The article states that media criticism has not yet developed as a separate direction in Russian-language republican press.

**Key words:** media criticism, television criticism, values, public discussion, television, mediaeducation, public media criticism, dialogue.

### Литература

1. *Короченский А.П.* «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – URL: [ksu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&idm](http://ksu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&idm), свободный.
2. Вот такие вести в «Вестях» // *Вечерняя Казань*. – 1992. – 24 марта. – С. 1.
3. А были ли мальчики? // *Известия Татарстана*. – 1993. – 25 авг. – С. 1.
4. *Рабкин Е.* «Наших бьют!» // *Вечерняя Казань* – 1991. – 8 февр. – С. 2.
5. *Казаков Г.* Ваши актеры, Невзоров, плохо играют // *Вечерняя Казань*. – 1991. – 21 янв. – С. 1.
6. *Короченский А.* Медиакритика и медиаобразование // *Высш. образование в России*. – 2004. – № 8. – С. 40–46.
7. *Федоров А.В.* Медиаобразование и медиаграмотность. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 340 с.

Поступила в редакцию  
15.04.09

---

**Баканов Роман Петрович** – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры журналистики Казанского государственного университета.  
E-mail: [rbakanov@yandex.ru](mailto:rbakanov@yandex.ru)