

МЕДИЙНАЯ КРИТИКА В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Р. П. Баканов

*Казанский (Приволжский) федеральный университет,
ул. Кремлевская, 18/1, 420008, г. Казань, Россия,
rbakanov@yandex.ru*

В статье констатируется, что одной из характеристик современной российской медиакритики становится нарушение профессиональной этики журналиста. Автор статьи с каждым годом отмечает увеличение численности таких статей. Это говорит о том, что медиакритиками становятся не профессиональные журналисты, а представители любых профессий. Данная практика трансформирует задачи и предмет медиакритики, а также может способствовать формированию искаженной картины мира в сознании больших групп людей.

Ключевые слова: медийная критика; телевидение; аудитория; журналистика; оценка; этика; творчество; автор; манипулирование.

THE MEDIA CRITICISM IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION: THE ETHICAL ASPECT

R. P. Bakanov

*Kazan (Volga Region) Federal University,
18/1, Kremlevskaya Str., 420008, Kazan, Russia
Corresponding author: R. P. Bakanov (rbakanov@yandex.ru)*

The article states that one of the characteristics of modern Russian media criticism is the violation of professional ethics of a journalist. The author of the article notes an increase in the number of such articles every year. This suggests that media critics are not professional journalists, but representatives of any profession. This practice transforms the tasks and subject of media criticism, and can also contribute to the formation of a distorted picture of the world in the minds of large groups of people.

Key words: media criticism; television; audience; journalism; assessment; ethics; creativity; author; manipulation.

Нарастающее воздействие информационного потока требует внимательного к нему отношения со стороны каждого индивида. Скорость распространяемых и получаемых данных изменяет поведение человека, трансформирует привычный образ жизни. Вместе с этим свободное обращение с информацией, возможность ее редактирования в любое время, на наш взгляд, постепенно приводит к деградации у человека чувства ответственности за публично сказанное или напечатанное слово вне зависимости от того, на какой площадке это происходит. Под угрозу ставятся такие базовые обязанности журналиста, как проверка любых поступающих к нему сведений, объективность подачи информации, критический анализ медиатекстов и т. д. В условиях, когда коллективы редакций СМИ поставлены в условия сиюминутного и конвейерного производства данных и зависимости от позиций в новостных агрегаторах, рисков конфликтогенности очень много. Все актуальнее становится и так называемое информационное «выгорание».

В ситуации невозможности сделать остановку хотя бы на пять минут особую важность приобретает творческая экспертиза. Необходим свежий взгляд со стороны от того, кто способен объективно критиковать или хвалить не при случае, но регулярно. Нужна заинтересованная общественная экспертиза уровня современного медийного контента, которая, исходя из результатов собственного анализа, могла бы на постоянной основе формулировать предложения и рекомендации по его улучшению. Не дожидаясь, пока в этом поможет наука (на ее доказательства и аргументации потребуется много времени), мы полагаем, что одной из форм саморегулирования журналистского сообщества может и должна стать медийная критика. Это «особая область журналистики, призванная 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» [1, с. 8]. Безусловно, в опубликованную более двадцати лет назад цитату необходимо добавить новые медиа, поскольку их влияние на современное общество порой даже выше традиционных СМИ. Психологи и социологи утверждают: процесс социализации личности в настоящее время большей частью проходит именно через средства персональной коммуникации, с помощью которых она получает опре-

деленные эмоции и смыслы, воздействующие на расстановку определенных приоритетов в сознании. От того, насколько объективно и честно индивиду будет рассказываться о событиях в стране и за рубежом, зависит его восприятие современного мира.

Поэтому от медиакритики сейчас требуется своевременная и тщательная экспертиза содержания традиционных и альтернативных каналов коммуникации. В российском информационном пространстве она представлена как в традиционных СМИ (в основном в газетах), так и в новых медиа. Если в печати ее численность постепенно сокращается, то на цифровых платформах с каждым годом увеличивается. Разговорная форма начинает преобладать над письменной. Проведенный нами анализ содержания показал, что «повестка дня» газетной и YouTube-медиакритики существенно отличаются. В печатных СМИ она шире, там речь идет о достоинствах и недостатках определенных передач, много внимания уделяется кино и сериалам. Основная форма подачи информации – пересказ их содержания, главным методом сбора информации является наблюдение и эпизодически сравнение. Тематические рубрики имеют еженедельную периодичность, материалы критиков размещаются сначала на сайте СМИ и затем один в один публикуются в бумажном варианте. При этом отсутствуют ссылки на электронную версию текста, коллективы редакций вообще не стимулируют аудиторию совершать переходы между носителями информации и проявлять активность. Результат: отсутствие комментариев читателей под большинством микрорецензий и обзоров. На сайтах некоторых СМИ возможности выразить свое мнение для аудитории под материалами о ТВ не предусмотрено. Наш предварительный анализ содержания комментариев аудитории свидетельствует о том, что ее представители редко писали конструктивные предложения по улучшению качества тех или иных передач. Большинство реплик носило оценочный и часто неаргументированный характер. Многие авторы, используя псевдонимы и ники, проявляли свое негативное отношение к предмету разговора и порой к другим участникам Интернет-дискуссии тоже. Таким образом, сетевые реплики для некоторых потребителей информации стали формой самоутверждения за счет унижения других авторов.

Совсем иное мы видим в медиакритике на альтернативных платформах. В последние годы существенно увеличилось количество русскоязычных YouTube-аккаунтов и Telegram-каналов, авторы которых

постоянно следят за отечественным телеэфиром и деятельностью определенных персон: в основном заметных людей в области медийной пропаганды. В центре внимания всего 6–8 персон, начиная с обсуждений публичных выступлений Президента РФ. Поэтому медиакритика в российском сегменте новых медиа в настоящее время носит ярко выраженный политический характер, все чаще игнорируя анализ творческого уровня медиапроектов. Мы наблюдаем трансформацию предмета медийной критики: от «актуального многоаспектного социального функционирования СМИ» [2, с. 41] и новых медиа к специфике информационного поведения личности в координатах современных медиа. Подвергаются изменениям также и задачи данной области журналистики, но это может быть темой отдельного разговора.

Внимательно наблюдая, по выражению одного из критиков, за деятельностью так называемых «медийных манипуляторов» и еженедельно сообщая нам результаты своего надзора, критики в своих монологах регулярно используют манипулятивные приемы, сопряженные с нарушением профессиональной этики журналиста. Это: выхватывание фраз (или их частей) обсуждаемых персон из контекста в выгодном критикам контексте; некорректные сравнения вплоть до доведения комментируемых ситуаций до абсурда; наличие оценочной лексики часто без достаточной аргументации; подмена понятий, использование провокативного видеоряда и речевого интонирования и т. д. В итоге происходит формирование общего негативного контекста повествования, которую критики активно стремятся монетизировать, как минимум в начале и в конце каждого видео призывая аудиторию поддерживать авторов и комментировать увиденное.

При этом основным этическим нарушением со стороны многих YouTube-авторов, на наш взгляд, является сознательная фрагментация объекта исследования, что может ввести в заблуждение аудиторию и не дать ей объективной информации об уровне обсуждаемых медиа-явлений. С одной стороны, данная практика – пример проявления «технологии эмоционально-эстетического сопровождения медисобытий» [3, с. 11], а с другой – транслирование модели информационного поведения, которую могут взять в свой творческий «арсенал» и регулярно использовать начинающие критики.

Библиографические ссылки

1. *Короченский А. П.* «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Ростов-на-Дону: Международный институт журналистики и филологии, 2002. 272 с.
2. *Короченский А. П.* Медиакритика и медиаобразование // Высшее образование в России. 2004. № 6. С. 40–46.
3. *Фортуатов А. Н.* Кибергуманизм. Как коммуникационные технологии трансформируют наше общество. М.: Флинта, 2023. 184 с.