

УДК 007 : 304 : 070

Стан і перспективи мережевої медіакритики: регіональний вимір

Фенько Н. М.

*Кіровоградський державний педагогічний університет
імені Володимира Винниченка, м. Кіровоград, Україна*

У статті досліджуються основні проблеми і перспективи української регіональної мережевої медіакритики. Невеликі регіональні центри перебувають на маргінесі розвитку української медійної критики. Тому одним із головних завдань статті постає спроба персоналізації регіональної медіакритики, перспективним вектором розвитку якої виступає саме мережевий формат. Перехід регіональної медіакритики до інтернет-простору у статті розглядається як чітка тенденція в загальному функціонуванні регіональних медіа.

Ключові слова: *регіональна медіакритика, мережева медіакритика, корпоративний блогівий медіакритик.*

Мережева журналістика на сьогодні постає одним із найактивніших сегментів медійної сфери. Цьому сприяють її унікальні конвергентні характеристики й інтерактивний потенціал. Відповідно медіакритика як галузь журналістики найкраще себе виявляє саме в інтернет-просторі, який забезпечує вільну від корпоративного тиску платформу, необхідну для розвитку об'єктивної й конструктивної медійної критики.

Увага науковців до ресурсів мережевої медіакритики ще не набрала тих обертів, коли можна говорити про ґрунтовні наукові дослідження. Чи не єдиним у цьому напрямку постає науковий доробок російського вченого О. Короченського. Навіть через десять років його положення про специфіку мережевої медіакритики не втратили актуальності. Так, на його думку, саме «інтернет забезпечує неможливу раніше загальнодоступність матеріалів медіакритики, можливість публічного представлення найширшого спектру поглядів і думок щодо медійної діяльності» [3, с. 410].

Дослідник підкреслює вузькоспрямовану адресність мережевої медіакритики, що дозволяє здійснювати вплив на порівняно невеликі, але стратегічно важливі аудиторні групи, збагачуючи їх новими ідеями й підходами. Під такими аудиторним групами О. Короченський має на увазі журналістів і керівників медійних організацій, викладачів і студентів факультетів й відділень журналістики, дослідників, активістів громадських організацій тощо [3, с. 420].

При всіх перевагах мережевої медіакритики вчений наголошує й на її недоліках. Наприклад, технологічна специфіка презентації текстових матеріалів в інтернеті нерідко провокує поверхневий підхід до складних проблем функціонування ЗМІ. «Прагнення до максимальної лаконічності публікацій нерідко призводить до того, – зауважує автор, – що критики обмежуються швидким, поверхневим «налітом» на тему, позбавляючи свою аудиторію можливості ознайомитися з поглибленим аналізом медійних проблем» [3, с. 417].

Серед інших досліджень варто відзначити наукові студії молодих російських учених А. Садовнікова [6] і Р. Баканова [1]. У їхніх дослідженнях об'єктом наукового аналізу постає російська мережева медіакритика.

Окремо необхідно зауважити на здобутках українського дослідника-медіакритика О. Довженка. У своїх матеріалах він аналізує основні тенденції розвитку сучасної української медіакритики. У розрізі нашого дослідження наголосимо на його статті «Соціальні медіа як середовище нової медіакритики» [2].

Очевидно, проблеми мережевої медійної критики стоять на часі і в силу своєї малодослідженості є *актуальною* для науковців. *Мета* нашої статті полягає в дослідженні основних проблем і перспектив української регіональної мережевої медіакритики. Вибір такого об'єкта дослідження обумовлений недостатньою, на нашу думку, увагою вітчизняних науковців до проблем саме регіональної медіакритики.

Провідні автори інтернет-видання «Телекритика», які працюють у напрямку професійної і масової медіакритики; група академічних медіакритиків на чолі з професором Б. Потятиником; медіакритичний осередок Таврійського університету імені Володимира Вернадського, який зусиллями доцента Ю. Голоднікової долучився до спільного із Львівським національним університетом ім. І. Франка проекту «Майстерні громадської критики» – уся ця поважна медіакритична громада спрямована переважно на загальноукраїнський рівень медійної критики.

Невеликі регіональні центри перебувають на маргінесі розвитку української медіакритики. Утім ми неодноразово наголошували на тому, що існує прямий зв'язок між розвитком регіональної і національної медіакритики [8; 9]. Не можна розвивати національну систему медіакритики без врахування стану регіональної медійної критики. Не дивно, що представники регіональної медіакритики невідомі широкому загалу, адже перебувають не в таких сприятливих умовах, як авторські колективи медіакритичних інтернет-видань. Більше того, вони працюють ізольовано від основних медіакритичних груп, не позиціонуючи свою діяльність як медіакритичну. Тому одним із головних завдань нашої розвідки постає спроба персоналізації регіональної медіакритики.

Нажаль, ні регіональна преса, на регіональне телебачення не можуть стати повноцінним інформаційним каналом для медіакритичних виступів. Попередні дослідження довели [9], що, наприклад, у роботі регіонального телебачення практично відсутня медіакритична складова, а пресові та інтернет-видання містять переважно інформаційні матеріали. Огляд регіональної преси як одного із потенційних каналів переконав у тому, що проблеми медіа недостатньо висвітлюються пресовими ЗМІ. Медіакритичні матеріали носять випадковий характер і не містять аналізу якісного рівня медіаконтенту. Додатково спрацьовує корпоративне обмеження на критику. Регіональна пресова журналістика, яка утворює достатньо вузьке коло, не вдається до критичних висловлювань стосовно інших регіональних ЗМІ без явного приводу – в інтересах свого бізнесу, керівників, засновників тощо.

До того ж, як зазначає О. Довженко, «квaziекономічна «цензура ринку», яка обмежує поле інтересів комерційних ЗМІ, поверховим шаром найлегше засвоєваних масовою аудиторією тем, заганяє в інтернет великий спектр «неформатних» тематичних сфер... До цієї категорії належить і медіакритика» [2].

Дійсно, єдиним вільним майданчиком для медіакритичних виступів постає інтернет-простір, зокрема різноманітні інтернет-форуми, гостьові сторінки та інші системи коментування, де журналісти й пересічні громадяни можуть вільно висловлювати свої думки про якість місцевого медіапродукту. Однак, ці висловлювання спрямовані у площину обговорення самих подій, і зрідка – їхньої інтерпретації та якості подання.

Спеціалізованих медіакритичних інтернет-видань на регіональному рівні не існує. Більше того, практично немає видань, де була б принаймні медіакритична рубрика. Як виняток, постає луганське інтернет-видання «ПРЕСС-info», унікальна діяльність якого потребує окремого вивчення.

У пошуках об'єкта дослідження, яким постають для нас авторські матеріали регіональної мережевої медіакритики, звернемося до кіровоградського інформаційного простору. За контентом і динамікою він нічим не відрізняється, наприклад, від черкаського, миколаївського, полтавського тощо. Отже, може вважатися типовим прикладом регіональної медіасфери.

Моніторинг кіровоградських інтернет-видань, форумів, блогів у пошуках ознак діяльності медіакритиків виявив таку картину. Єдиним автором, який постійно у своєму блозі піднімає проблеми регіонального медіапростору, а саме: якість кіровоградського медіапродукту, етика місцевих журналістів і редакторів, дотримання стандартів професії, можна вважати Андрія Лисенка – головного редактора газети «Новини Кіровоградщини». Показово, що на сторінках друкованого видання його медіакритична діяльність ніяк не відображається. Як медіакритик він себе реалізує тільки у власному блозі. Типологічно Андрій Лисенко як критик-журналіст належить до професійних, або корпоративних медіакритиків, які своїм адресатом обирають, як правило, журналістську спільноту. Відповідно головне завдання діяльності корпоративних медіакритиків полягає в покращенні якості роботи ЗМІ.

Тематику медіакритичного блогу Андрія Лисенка можна класифікувати за двома основними напрямками:

1. *Критика контенту пресових видань міста, регіону, країни.* Підпадають під критичний розбір як місцеві глянцева видання (інформаційно-рекламний журнал «Ланруж»), так і «серйозна» масова преса на кшталт газети «Комсомольская правда в Украине». Зміст деяких публікацій журналу «Ланруж» породжує авторську іронію, яка стає головною ознакою медіакритичної манери журналіста («Нехай мене пробачає журнал «Ланруж», але втриматися не можу. Занадто вже фесрична цього разу вийшла в них рубрика «Про это» [4]). Місцями іронія переходить у стьоб з приводу стилістичної неокорвирності «гламурних» матеріалів («М'якими губами я тягнула запах», 30.06.11). Таку саму іронію Андрій Лисенко демонструє і стосовно матеріалів інтернет-видання «Весь Кіровоград» («Кіровоградский коллизей: сатанинские зрелища», 24.01.11).

У своєму блозі автор як головний редактор пресового видання критично коментує діяльність колег «по цеху». Так, під рубрикою «Крадуть» він формує своєрідний рейтинг «крадіїв інформації», з якими веде напружений діалог («Задовбали не те слово. Я вже не став телефонувати, як раніше. Набридло [5]»).

2. *Критика діяльності головних редакторів місцевих видань.* Своїми виступами Андрій Лисенко порушує негласні закони корпоративної солідарності журналістів і піддає критиці діяльність головних редакторів провідних кіровоградських видань («Поради від головреда «Народного слова», 19.01.11; «Вони крадуть: «Кіровоград Online», 26.12.11). Причому досить часто брак аргументації автор компенсує засобами іронії та емоційного впливу. Наведемо уривок, який яскраво це ілюструє: «Шановні пани Шепітько і Яровий! Ви мені обидва якось розказували – пам'ятаєте, ні? – про стандарти журналістики, про об'єктивність та інші розумні речі. Красиво так говорили, емоційно... Для початку навчіть своїх працівників не красти. Чи це ваша редакційна політика така? [5]»

Андрій Лисенко пропонує зразки «блогової медіакритики» в контексті медіаетики й саморегуляції журналістської спільноти. Ми послуговуємося поняттям «блогова медіакритика», запропонованим дослідником А.Садовніковим [6], який розподілив блоги з медіакритичною складовою на три групи. До першої належать блоги журналістів, які займаються медіакритикою у своїх ЗМІ, до другої – журналістів, діяльність яких не обмежується медіакритикою, до третьої – представників різних професій, які зрідка звертаються до медіакритики. Блог Андрія Лисенка відповідно

належить до другої групи, і ми можемо позиціонувати його як корпоративного блогового медіакритика.

Зрештою зазначимо, що мережева медійна критика тільки постає як об'єкт наукового дослідження. Але з часом саме вона бачиться найбільш перспективною галуззю медіакритики. Підтвердження цього знаходимо й у О.Чекмишева: «широкий доступ до мережі усунув проблему рецензування, тож нині інструменти й продукти медіакритики стали загальнодоступними. Кожен, хто має доступ до Всесвітньої мережі, набув права на відповідь, яку раніше обмежували традиційні ЗМІ, а критика їхньої діяльності доступна мільйонам читачів» [7, с. 95].

Висновок. Те, що регіональна медіакритика переходить до мережі, видається чіткою тенденцією в загальному функціонуванні регіональних медіа. На наш погляд, для регіональної медіакритики цей перехід набуває особливого функціонального значення, бо переважно саме там вона і може відбутися як така. Адже, як ми раніше наголошували, в силу різних причин пресові й телевізійні ресурси стають недоступними для медіакритики, особливо для реалізації її регулятивної та оціночно-корекційної функцій. Чинник корпоративності виявився таким потужним бар'єром для розвитку медійної критики, що поступово більшість ресурсів цієї галузі можуть бути спрямовані в інтернет-простір, який не піддається жорсткому корпоративному контролю. Сфера медійної критики швидко адаптується до сучасних комунікаційних умов нових медіа, що стане запорукою її розвитку та перспектив на майбутнє.

Список літератури

1. Баканов Р.П. Массовая сетевая медіакритика в России как новая форма воздействия аудитории на журналистов / Роман Баканов // Материалы VII Международной научно-практической конференции «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики» // Актуальные проблемы современной журналистики : [сб. науч. тр. / отв. ред. Краснов С.В.] – Тольятти : Волжский университет им. В.Н. Татищева, 2010. – С.128–134.
2. Довженко О. Соціальні медіа як середовище нової медіакритики [Електронний ресурс] / Отар Довженко. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/sotsialni-media-yak-seredovysche-novoyi-mediakrytyky.html>
3. Короченский А.П. Медіакритика в теории и практике журналистики : дис.... д-ра филол.наук: 10.01.10 / Александр Короченский. С.Пб., 2003. – 467 с.
4. Лисенко А. «М'якими губами я тягнула запах...» [Електронний ресурс] / Андрій Лисенко. – Режим доступу: http://andriylysenko.blogspot.com/2011/06/blog-post_4142.html
5. Лисенко А. Вони крадуть : «Кіровоград Online» [Електронний ресурс] / Андрій Лисенко. – Режим доступу: <http://a-lysenko.livejournal.com/tag/крадуть>
6. Садовников А.А. Особенности и перспективы блогговой медіакритики [Електронний ресурс] / Артем Садовников. – Режим доступу: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylog/2011/01/2011-01-46.pdf>
7. Чекмишев О.В. Моніторинг ЗМІ та медіакритика в контексті термінології та методології системи сучасних соціальних комунікацій / Олександр Чекмишев. Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник. – К., 2011. – Т.42. – Січень-березень. – С.93–97.
8. Фенько Н.М. Медіареальність як об'єкт медіакритики: редакторський аспект / Наталя Фенько. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. Випуск 25. – Кам'янець-Подільський: ПП «Медобори-2006», 2011. – С.80–84 (536 с.)
9. Фенько Н.М. Проблеми становлення регіональної медіакритики / Наталя Фенько. Учені записки Таврійського національного університету ім. В.І.Вернадського.

Серія («Філологія. Соціальні комунікації»). Том 25 (64). №4. Частина 1. – Сімферополь: Таврійський національний університет ім. В.І.Вернадського, 2012. – С. 310–314 (372 с.)

Фенько Н. Н. Состояние и перспективы сетевой медиакритики: региональное измерение // *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»* Том 26 (65). № 3 – С.130-134

В статье исследуются основные проблемы и перспективы украинской региональной сетевой медиакритики. Небольшие региональные центры находятся на маргине-се развития украинской медийной критики. Поэтому одной из главных задач статьи становится попытка персонализации региональной медиакритики, перспективным вектором развития которой выступает именно сетевой формат. Переход региональной медиакритики в интернет-пространство в статье рассматривается как четкая тенденция в общем функционировании региональных медиа.

Ключевые слова: региональная медиакритика, сетевая медиакритика, корпоративный блоггерский медиакритик.

Fen'ko N. The real state and the perspectives of web mediacriticism in the regional measurement // *Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2013. – Vol. 26 (65). No 1 – P.130-134*

In the article the main problems and the perspectives of Ukrainian regional web mediacriticism are being discovered. Small regional centers are at the lowest level of the development of Ukrainian mediacriticism. Thus one of the basic aims of the article is an attempt of personalization of regional mediacriticism on conditions that its challenging vector of development is website layout. In the article regional mediacriticism's transition to the Internet is considered as a strong tendency in general functioning of regional media. For regional mediacriticism this transition implies some special dynamic importance because the Internet is exactly the sphere it can take place itself. After all media resources are getting to be unavailable for mediacriticism especially from the point of view of providing regulatory and evaluation-correctional functions. Corporation factor happened to be such a strong barrier for its development that gradually mediacriticism's resources can be directed to the Internet which is not under the strict corporation control. As a conclusion in the article it is underlined that soon mediacriticism's adaptation to modern media will ensure its development and perspectives.

Key words: regional mediacriticism, web mediacriticism, corporative blog critic.

Поступила до редакції 11.09. 2013 р.