

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Медиакритические тексты на сайте журнала “Журналист”»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента(ки) 5 курса 521 группы  
направления 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики

Камалтдиновой Анастасии Александровны

Научный руководитель  
к. филол. н., доцент

\_\_\_\_\_

И.В.Бибина

Зав. кафедрой  
д. филол. н., профессор

\_\_\_\_\_

В.В. Прозоров

Саратов 2022

**ВВЕДЕНИЕ.** Актуальность дипломной работы обусловлена необходимостью проанализировать медиакритические тексты как важный инструмент гармонизации журналистики. Подсвечивая пороки журналистики и этические нарушения, допускаемые журналистами, медиакритики порой навлекают на себя обвинения в ангажированности и шаблонности.

**Цель работы** – анализ медиакритических текстов на сайте «Журналиста» с точки зрения их содержательных и жанровых особенностей.

**Задачи работы:**

1. Показать, как определяют сущность, особенности и функции медиакритики современные исследователи этого явления.
2. Проанализировать структуру и содержательное наполнение сайта журнала «Журналист».
3. Проанализировать медиакритические тексты на сайте журнала «Журналист».

**Материалом** исследования в дипломной работе стал сайт журнала «Журналист», на котором можно найти яркие примеры медиакритических текстов.

«Журналист» был выбран в качестве объекта исследования, поскольку он фактически представляет собой главное профессиональное отраслевое издание по проблемам журналистики в современной России. Внимание авторов издания обращено к разнообразным аспектам существования СМИ и работы журналистов, от технологии СМИ до этических проблем и вопросов свободы слова

Журнал «Журналист» – одно из самых узнаваемых и авторитетных изданий среди российских медиа. Журнал публикуется с 1914 года и имеет весьма насыщенную историю. На сайте издания его приоритеты сформулированы следующим образом: «формирование информационного пространства страны, законотворчество, взаимоотношения прессы и власти, защита прав конкретного журналиста, демократические преобразования в прессе на базе свободы слова». Как отмечает сама редакция, в истории

журнала были периоды застоя, периоды диссидентства, периоды активной пропаганды линии партии. Сегодня журналом руководит Любовь Петрова.

Издание существует как в печатной форме, так и в виде интернет-сайта.

Работа выполнена на 46 страницах машинописного текста, состоит из введения, двух глав, объединяющих четыре параграфа, заключения и списка использованных источников, содержащего 57 наименований.

**Новизна** исследования заключается в подробном изучении медиакритических текстов, опубликованных на сайте журнала «Журналист» в 2020-2022 годах.

**ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ.** В первой главе «Формы и функции медиакритики» рассматриваются важные этапы становления журналистской критики, её сущность, классификация и виды.

Медиакритика – это область журналистики, осуществляющая критическую оценку социально-значимых, актуальных, культурно-творческих, экономических, правовых, профессионально-этических и политических аспектов информационного производства в СМИ с акцентом на творческую сторону создания медийного содержания. Отмечено, что в современном понимании медиакритика представляет собой общение с аудиторией, в процессе которого на основе анализа, интерпретаций и оценки медиатекстов оказывается влияние на восприятие медийного содержания публикой.

Сущностью медиакритики является сопоставление реального состояния объекта критики с нормативным и оценка отклонения от нормы. Обозначая отклонение от нормы, медиакритика побуждает журналистов вносить коррективы в информационное производство и медийное содержание. Критика стимулирует журналистов более критично и требовательно относиться к своей деятельности. Медиакритика выступает в роли воспитателя общества, она прививает аудитории понятие нормы, демонстрирует стандарты.

Классификация медиакритики основана в соответствии с видами СМИ, а основным материалом для критики являются опубликованные медийные произведения.

Медиакритика обязана познавать и оценивать не только контекст медиаконтента, но и учитывать социальный макроконтекст, взаимодействуя с кинокритикой, телекритикой, литературной и театральной, художественной и музыкальной критикой. Также медиакритика заимствует методы анализа из таких наук, как психология, социология, конфликтология, экономика, политология и так далее.

Основной проблемой современной медиакритики является «деградация» аудитории и журналистского сообщества, поскольку задача СМИ сегодня – получение внимания аудитории, и в погоне за рейтингами упускается суть, нарушаются нормы и стандарты, ухудшается качество контента. С медиакритикой также происходят подобные процессы – статьи становятся всё более развлекательными, принцип улучшения и совершенствования контента не соблюдается. В печатных изданиях практически отсутствует медиакритика, на телевидении качественную медиакритику также можно встретить достаточно редко. Помимо традиционных форм медиакритики, в настоящее время активно развивается новая её форма, именуемая гражданской. Важнейшей особенностью этого вида медиакритики является оперативность, но гражданская медиакритика порой не воспринимается учёными всерьёз, считается ненаучной и недостойной изучения. Исследователи, которые всё же изучают гражданскую медиакритику, отмечают, что появление социальных сетей, блогов и специализированных форумов привело к снижению авторитета профессиональных медиакритиков. В связи с тем, что количество любительских критических заметок увеличивается с каждым днём, профессиональная критика теряется в общем потоке и становится недостижимой для публики.

В дипломной работе выделены функции медиакритики:

1. Информационно-коммуникативная;
2. Познавательная (мониторинг СМИ, анализ текстов, прогноз и оценка);
3. Регулятивная;
4. Коррекционная (коррекция и формирование правильного восприятие текста у аудитории);
5. Социально-организаторская;
6. Просветительская;
7. Коммерческо-промоционная (критика как инструмент продвижения).

Выделенные функции возникли в соответствии с потребностями общества, некоторые из них в настоящее время ярче проявляются в СМИ, чем другие. Кроме того, разные функции выходят на первый план в разных видах медиакритики (академической, профессиональной, массовой). В рассматриваемом журнале «Журналист» главная функция медиакритики-информационно-коммуникативная, регулятивная и коррекционная. Журнал выполняет задачу информирования профессионального сообщества о важнейших новостях и тенденциях в сфере журналистики, помогает журналистскому сообществу поддерживать профессиональное общение и предоставляет площадку для обсуждения важнейших проблем индустрии. Авторы издания пишут о проблемах и недостатках как в работе отдельных журналистов, так и в функционировании системы СМИ в целом, что даёт возможность осуществлять регулятивную и коррекционную функции медиакритики.

Журнал «Журналист» – единственное в своём роде из профессиональных отраслевых изданий, которое на протяжении уже более ста лет публикует статьи, освещающие проблемы современной журналистики и медиасообщества. Публикации, которые можно считать медиакритическими, публикуются из номера в номер, что объясняется профессиональной ориентацией и отраслевой природой издания. Медиакритические материалы в журнале затрагивают как печатные, телевизионные и радио-СМИ, так

интернет-журналистику. В работе рассмотрены функции журнала на конкретных примерах, внимание уделено рубрике «Медиа» и ее аналитической функции, обозренческая функция представлена разделами «Рынок» и «Медиа». Собираетельная, функция представлена в рубриках «Книжная полка», «КМХ», «Мастерство», «Образование», «Профессия» и других. Консультирующая функция в журнале изложена в разделах «КМЖ», «Профессия», «Дизайн» и «Кейсы». Образовательная функция, помогающая начинающим журналистам представлена рубрикой «КМЖ» (клуб молодого журналиста) содержит практические советы по развитию таланта, оттачиванию мастерства, сведения об основных тенденциях и потенциальных направлениях для профессионального развития.

Важнейшие рубрики для работы – рубрика «Мнения» и «Аналитика». Тут размещены тексты, посвящённые наиболее злободневным проблемам в области журналистики сегодня, завтра и вчера, этот раздел рассмотрен в работе наиболее подробно.

Все функции журнала дополняют друг друга и находятся в постоянном взаимодействии, одна статья может публиковаться в нескольких рубриках.

В жанровой палитре «Журналиста» преобладают аналитические жанры (репортаж, отчёт, аналитическая статья, корреспонденция, интервью), но встречаются и информационные жанры (новостная статья, заметка), и художественно-публицистические (очерк). Медиакритические материалы представлены аналитическими жанрами, информационные статьи и заметки посвящены важным для журналистики событиям, очерки, как правило, относятся к категории портретных очерков.

Первая статья, выбранная для анализа – «В чём отличие продуктового подхода от полезных текстов» А. Березового. Автор в аналитической статье ставит перед собой цель разъяснить, в чём принципиальное отличие между полезными текстами и продуктовым подходом, опираясь на опыт и приёмы привлечения аудитории. Несмотря на, казалось бы, сугубо утилитарную цель публикации, она содержит элементы медиакритики, поскольку в центре её

находится вопрос о задачах журналистики. По мнению автора, она состоит в том, чтобы помочь аудитории разобраться в происходящем, сформировать собственное мнение.

Второй текст также представляет собой аналитическую статью с элементами публицистики «Почему технологии не спасли журналистику?», автор В. Пуля. В тексте автор размышляет о том, почему передовые технологии, которые могли дать толчок вперёд для журналистики, не стали тем самым спасательным кругом. В. Пуля пишет о том, что вместо совместного роста те, кто занимается технологиями, использовали опыт, накопленный журналистикой, для собственного продвижения. Автор обеспокоен снижением порога входа в журналистику, что тянет за собой снижение и качества будущих специалистов. Подводя итог, автор говорит, что никакая технология не может стать единоличным спасителем журналистики. Да, технологии облегчают повседневную рутину журналиста в виде анализа и обработки огромных объёмов информации, но из журналистики не исключить человека. И именно люди, объединение журналистов, способно спасти журналистику.

Материал С. Распоповой «Как шутка Идрака Мирзализаде привела к разговору о свободе слова и журналистике» представляет собой публицистическое эссе, в котором автор размышляет о свободе слова, о будущем журналистики. Её беспокоит, что в аудиториях журфака сидят студенты, не заинтересованные в «политической» повестке государства, не встревоженные возрождением цензуры, развитием самоцензуры и прочее. Распопова пишет о том, что сегодня студенты знают стендап-комиков, тиктокеров, инфлюенсеров, но абсолютно не знают о важнейших представителях отечественной и зарубежной журналистики. Молодое поколение журналистов всё ещё остаётся в своём коконе, заинтересованно выглядывая из него лишь в кризисные моменты.

Проблемная аналитическая статья «Почему Министерство обороны РФ проигрывает информационную войну» В. Громака. Автор поднимает вопрос о

периодических военных изданиях, количество которых снизилось до минимума. Это влияет на информирование гражданского населения и военнослужащих. На страницах тех изданий, что ещё функционируют, не осталось аналитики, критики, обзоров, не стало проблемных материалов о боевой подготовке. В. Громак всерьёз обеспокоен этим вопросом и предлагает «открыть дополнительные материальные резервы, раскрепостить творческий потенциал офицера-журналиста, сделать для народа жизнь армии и флота прозрачной и понятной, вернуть авторитет газетному слову. Это принесет пользу и самой армии, вернет Главному военно-политическому управлению рычаги оперативного воздействия на солдатскую массу и боевую готовность частей и подразделений, за что департамент печати и массовых коммуникаций никакой ответственности не несет».

Часто элементы медиакритики на сайте «Журналиста» встречаются в аналитическом интервью. Материал «Плачь и читай: откуда взялись думскроллеры?» представляет собой интервью А. Филипповой с О. Долгицким, медицинским психологом. О. Долгицкий объясняет, почему думскроллинг так популярен и почему именно негативные происшествия так привлекают читателей. Он утверждает, что человек сегодня живёт очень комфортно, ему не нужно заботиться о собственном выживании ежедневно. Уровень насилия и преступности падает, люди расслаблены, в связи с чем мозг требует напряжения.

Текст Алеси Бурко «Может ли журналист быть активистом» – это анализ мнений действующих журналистов и медиадеятелей, основное пространство текста занимает подборка фрагментов из их интервью. Автор задаётся вопросом: можно ли оставаться объективным, будучи активистом? Т. Симакова, отвечая на вопрос журналистки, говорит, что не быть активистом сегодня – невозможно. Но становиться журналисту активистом и преследовать собственные цели и выгоды – это не профессионально. В конце статьи автор делает вывод, что сегодня для проявления своей позиции журналисты прибегают к социальным медиа. Оставаясь объективным и непредвзятым, ты



не можешь в полной мере дать своим чувствам волю и высказаться как настоящий активист, потому что твоя задача – дать публике информацию, не занимая какую-либо сторону.

Материал «“Новая этика” глазами студентов-журналистов» – это подборка мнений начинающих журналистов о «новой этике», из которой не только понятно отношение студентов к предмету опроса, но и вырисовывается их представление о том, что такое журналистика.

Следующий текст – интервью с Оксаной Пушкиной «Мы подали жалобу на “Царьград”, потому что хотели создать прецедент», беседовала Надежда Ажгихина. Материал содержит рассказ депутата Госдумы 7-го созыва О. Пушкиной о коллективной жалобе на материалы телеканала «Царьград», направленные против законопроекта о предотвращении насилия в семье. Автор и интервьюируемая рассуждают на тему пропаганды и о том, кто манипулирует сегодня общественным сознанием. Собеседники приходят ко мнению, что необходимо продолжать бороться за свои права, свои взгляды, свои принципы. Чем больше людей открыто будут противостоять пропаганде, тем скорее приблизится свобода и взаимопонимание.

Текст Камиллы Нигматуллиной «Почему сегодня газета уже не может быть просто газетой» представляет собой собрание мнений лауреатов премии «Золотой фонд прессы 2.0» на заданную тему.

Материал Екатерины Павлюченко «Как работать при тотальной цензуре: иранский опыт» собержит анализ медиаландшафта Ирана – от телевидения до новых медиа, представленный в жанре аналитического обзора с привлечением метода интервью. Главная задача автора состояла в том, чтобы выяснить, как живётся и работается журналистам в условиях тотальной цензуры.

Каждый из проанализированных текстов посвящён актуальным проблемам журналистики: свободе слова, развитию «гражданской» или «постжурналистики», о студентах, которые не стремятся развивать себя в

профессии. Каждый текст наполнен мыслями, чувством обеспокоенности, включает элементы анализа и прогноза.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Медиакритика – это область журналистики, осуществляющая критическую оценку социально-значимых, актуальных, культурно-творческих, экономических, правовых, профессионально-этических и политических аспектов информационного производства в СМИ с акцентом на творческую сторону создания медийного содержания. Медиакритика подразумевает оценочный анализ медиаконтента, продукта деятельности как журналиста, так и любого другого работника СМИ.

Журнал «Журналист» был выбран в качестве объекта исследования, так как он является крупнейшим и авторитетным отраслевым изданием в области журналистики. Предметом исследования является медиакритика, а именно «Журналист» позиционируется как медиакритическое и аналитическое профессиональное издание.

На страницах журнала есть примеры аналитики, критики, обзоров, интервью, эссе и очерков, то есть представлена широкая палитра журналистских жанров. На сайте журнала присутствуют как классические аналитические жанры (статьи, интервью, обзоры), так и материалы с элементами публицистичности, представленные эмоциональной, разговорной лексикой.

Разбор рубрик сайта журнала и анализ жанрового состава текстов, в которых содержатся элементы медиакритики, позволяют сделать вывод, что издание развивается вместе с журналистским сообществом, помогая ему быть в курсе основных тенденций и ставя важные практические и мировоззренческие проблемы.

Анализ медиакритических материалов на сайте журнала «Журналист» позволяет сделать следующие выводы:

1. Все медиакритические тексты «Журналиста» написаны на актуальную тему. Они отражают общественную повестку,

формируют собственный вектор направления мысли, говорят о насущном.

2. «Журналист» не боится говорить на острые темы, не стремится любой ценой обходить «острые углы».
3. На страницах журнала можно встретить разнообразие текстов и широкий диапазон журналистской мысли, что говорит о принятии журналом различных мнения, в том числе отличных от мнения редакции.
4. В издании присутствует тренд на цифровизацию и использование всех существующих медиаплатформ. Это говорит о том, что журнал следует за своей аудиторией, опираясь на её потребности.
5. Журнал «Журналист» по праву считается передовым. Концентрация качественного контента, медиакритики, обзоров, интервью и очерков выше большинства периодических изданий.

Перспективой исследования журнала могло бы стать сравнение печатной и интернет-версии издания, в том числе в аспекте медиакритики. Интересно было бы также подробно изучить жанровую палитру издания, так как она отражает спектр тем и проблем, важных для современной журналистики.