

УДК 007 : 304 : 070

## Проблеми становлення регіональної медіакритики

**Фенько Н. М.**

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

*У статті досліджуються проблемні зони процесу становлення регіональної медіакритики. Зокрема вивчаються кількісні та якісні параметри медіакритичних матеріалів регіональних медійних каналів.*

**Ключові слова:** *регіональна медіакритика, регіональні медіа, медіаосвіта.*

Українська медіакритика поступово знаходить своє наукове осмислення і формується як актуальний дослідницький простір. Насьогодні матеріальними виявами цього процесу можна вважати часопис «Медіакритика» (Львів), натхненником й очільником якого є професор Борис Потятиник, інтернет-видання «Телекритика» (Київ) на чолі з шеф-редактором Наталією Лігачовою і «Українська правда», на електронних сторінках якої постійно обговорюються проблеми медіа. Наукові розвідки Б. Потятиника [5], О. Довженка [2; 3; 4], Ю. Голодовнікової [1], у яких автори в силу власного досвіду і знань осмислюють непростий процес формування української медіа критики, утворюють хороший старт для вивчення цієї важливої медійної галузі. Натомість дослідження української медіакритики в її регіональних виявах перебуває на периферії наукових зацікавлень, що обумовлює *актуальність* статті. Такий стан частково пов'язаний з незрівняно меншим сумарним обсягом власне регіонального медіапродукту і меншим попитом місцевої аудиторії. Але це ніяк не применшує значущість регіональної медіакритики, адже без простої логіки – від регіонального до національного – порушується діяльність усієї медіасистеми, результатами чого є спорадичність медіакритичних досліджень, неповна картина роботи національної медіасфери, зрештою, – лише часткове задоволення потреби в ґрунтовному вивченні медійного контенту, а також у корекції його сприйняття аудиторією.

У пошуках об'єкта дослідження, яким постають для нас матеріали регіональної 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. Ми свідомо оминаємо такі великі міста, як Харків, Одеса, Дніпропетровськ, Львів, адже проблеми медійної сфери цих регіональних центрів усе ж таки знаходять своє висвітлення в «Телекритиці» (рубрика «Медіарегіони»). *Метою* статті є дослідження проблемних зон процесу становлення регіональної медіа критики, зокрема вивчення кількісних та якісних параметрів медіакритичних матеріалів регіональних медійних каналів.

Простір регіональної медіакритики формується досить повільно, утім вже на початковому етапі можна визначити декілька проблемних зон, які гальмують процес становлення медійної критики. Приміром, однією з проблем можна вважати

неоднозначне ставлення до медіакритики в умовах локального медіапростору. Зазвичай, практики скептично ставляться до критики на свою адресу, забуваючи, що прийняття іншої думки, зміна ставлення до обґрунтованої критичної позиції – це завжди крок вперед для будь-якої сфери суспільного життя. Цей крок ЗМІ повинні зробити передусім назустріч своїм глядачам та читачам, які часто потребують кваліфікованої допомоги в інтерпретації й оцінюванні якості медіапродукту. У роз'ясненні механізмів функціонування ЗМІ закладено один із засадничих принципів медіакритики як складової процесу медіаосвіти. Критик своєю діяльністю так чи інакше призводить до підвищення медійної грамотності аудиторії.

Медіакритик, який вивчає й аналізує продукт регіональних медіа або специфіку діяльності місцевих медіафахівців, може з'явитися або в колі науковців відповідного факультету місцевого університету, або в журналістських рядах. На жаль, академічна медіакритика у кіровоградському регіоні розвивається не так активно, як хотілося б. Головними причинами можна вважати відсутність фахівців з медіакритики і, звичайно, досить вузький сегмент читацької аудиторії, яка б адекватно, з високим рівнем компетентності могла сприйняти медіакритичний матеріал академічної спрямованості. Як правило, це студенти журналістського напрямку підготовки, для яких викладається спецкурс «Медіакритика», науковці відповідного профілю й підготовлені працівники медіасфери.

З журналістських рядів виходить «внутрішньоцеховий», або корпоративний медіакритик. Якщо враховувати ставлення до «своїх» у зоні критики, то не дивно, що таким фахівцем виступає журналіст-позаштатник видань національного рівня, спеціаліст високої кваліфікації і професіоналізму. Приміром, Світлана Орел – позаштатний кореспондент міжнародного тижневика «Дзеркало тижня» – місцевий фрілансер, людина принципова, із незалежним поглядами на проблеми кіровоградського медіапростору. Свої медіакритичні матеріали Світлана Орел публікує в часописі «Журналіст України». За останні два роки можна відзначити такі матеріали: «Журналіст загубився в інформаційному просторі? (2010. – № 6) – піднімається питання критичної криміналізації інформаційного простору: «Кіровоградщина. Про цензора в собі і місцеву пресу» (2010. – № 10) – про стандарти журналістики та випадки її порушення; «Кіровоград. Чесна журналістика потребує підтримки» (2011. – № 4) – про стан пресової журналістики регіону; «Журналіст на букву «?» Кіровоградщина» (2011. – №1) – про норми журналістської етики та їх викривлення в сучасній пресі.

На жаль, журналістів-практиків, які б піднімали на критичний рівень осмислення діяльність колег-«цеховиків» і висвітлювали «незручні» питання на сторінках фахових часописів, дуже мало, і це стає ще однією причиною відсутності критичного поля для місцевих ЗМІ.

Вивчення кіровоградського інформаційного простору в медіакритичному розрізі виявляє таку проблемну зону формування регіональної медіакритики, як обмежена кількість каналів її донесення до читацької аудиторії. Наприклад, у роботі місцевого телебачення практично відсутня медіакритична складова. Регіональні пресові та інтернет-видання містять переважно інформаційні матеріали. Дослідження місцевої преси як одного із потенційних каналів переконує в тому, що проблеми медіа недостатньо висвітлюються пресовими ЗМІ.

Так, огляд матеріалів популярної серед кіровоградців щотижневої газети «Україна-центр» за 2011 рік дозволив виділити кілька груп публікацій медіакритичного напрямку. Перша група (6 публікацій) – це публікації інформаційного характеру переважно про нові проекти оновленого кіровоградського телебачення («Что нового увидим по ТВ?» 6.01.2011; «Сделай шоу! Себе и нам» 3.02.2011; «Статский советник»: заяви о себе» 16.06.2011; «Ранкова кава»: новые ароматы» 1.09.2011; «Еще

раз о выдающихся» 1.12.2011; «Сиди и смотри» 29.12.2011). Ці матеріали не можна вважати медіакритичними через відсутність у них власне критичної складової. Це більше нагадує акт міжкорпоративної інформаційної підтримки.

Друга група (5 публікацій) – це публікації, у яких авторами здійснюється певний аналіз медіапродукту або окреслюються тенденції розвитку регіонального медіапростору. Так у статті О. Нікітіної «Кто поддержит журналиста?» (2.06.2011) подається інформація про проведення круглого столу «Роль прессы в становлении гражданского общества», де обговорювалися проблеми міських і районних газет. Стаття О. Гуцалюк «Скрытая камера» (20.01.2011) присвячена проблемам приватної телерадіокомпанії м. Олександрії «Контакт-ЛТД». У статті цієї самої журналістки «Ты суслика видишь? – Нет. – А он есть!» у рамках аналізу ток-шоу «Ми» кіровоградського обласного телебачення піднімаються проблеми взаємовідносин влади і медіа. У статті Г. Рибченкова «Первый год с Вадимом Мурованим» (3.10.2011) у бесіді з новим керівником обласного державного телеканалу створюється картина якісно нової роботи місцевого телебачення. На жаль, журналіст ніяк не коментує слова нового очільника, хоча вдумливий читач і глядач може зробити свої висновки з деяких висловлювань В. Мурованого. Ось для прикладу: «Кто-то может укорять – мол, в трех сюжетах из шести... показывают главу облгосадминистрации. Но освещают работу власти – это уставное положение работы государственной телерадиокомпании, так что без этого никак. Кстати, это то, что в работе КОГТРК при любом руководстве было, есть и будет, принимайте как данность».

До третьої групи ми віднесли лише один матеріал, який дійсно можна вважати медіакритичним і який насправді є більше винятком, ніж правилом. Це стаття Ю. Ілючека «Неспортивное телевидение» (10.02.2011). Автор констатує, що спортивне телебачення в нашій країні практично знищене. Спроба врятувати його на місцевому рівні закінчилася обіцянками, тобто нічим. Журналіст приходить до невтішного висновку: «Новые руководители нашего телевидения избрали дорожку, проторенную столичными телекреативщиками, где на первом плане развлечения, пиар начальников, а затем – все остальное. И в этом остальном – новым спортивным проектам, похоже, нет места».

Як бачимо, медіакритичний контент провідного пресового видання регіону занадто обмежений у порівнянні з потребами сучасної читацької аудиторії – шість публікацій за рік. Медіакритичні матеріали носять випадковий характер, не містять аналізу якісного рівня медіаконтенту і спрямовані тільки на результати діяльності місцевого телебачення. Це створює хибне враження відсутності проблем на пресовому ринку Кіровоградщини. Тут додатково спрацьовує корпоративне обмеження на критику, а провінційність накладає особливий відбиток на характер корпоративності. Більшість журналістів і представників ЗМІ, а тим більше головні редактори і керівники особисто знають один іншого, багато хто підтримує дружні стосунки. Крім того, невелика кількість редакцій і плінність кадрів не дозволяють бути об'єктивними в оцінці колишніх, а можливо майбутніх колег, або тих, з ким постійно зустрічаєшся на прес-конференціях та інших заходах за участі преси.

Кіровоградська 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. Одиначні медіакритичні виступи відбуваються поза масовою пресою – передусім в інтернет-виданнях і на форумах, де кіровоградські журналісти і представники певних суспільно-політичних кіл обговорюють зокрема кіровоградську журналістику. Однак, ці висловлювання спрямовані у площину обговорення самих подій, і зрідка – їхньої інтерпретації й якості подачі.

Ще одним каналом для медіакритичних матеріалів можна вважати інтернет-форуми, де журналісти і пересічні громадяни можуть вільно висловлювати свої думки про якість місцевого медіапродукту. Тут навіть відбуваються гарячі дискусії, які на регіональному рівні сприймаються як скандальна подія. Приміром, на кіровоградському інформаційно-розважальному порталі «Р.К.С.» є рубрика «Сплетни, слухи, скандали», де можна ознайомитися з думкою громадян про канал «Кіровоград» та його програми. Особливо привертає увагу дискусія з приводу статті кіровоградського журналіста Андрія Лисенка «Про кіровоградські ЗМІ. Суб'єктивно» (<http://kirovograd.proua.com/forum>). Звичайно, це так звана масова медіакритика, яка не претендує на вичерпність і осмислення головних тенденцій розвитку регіональних медіа. Специфіка інтернет-видання дозволяє оцінювати ЗМІ експресивно, з використанням стилістично маркованої лексики. Критичні висловлювання переважно постають як іронія автора щодо непрофесійності місцевих ЗМІ.

На разі Андрій Лисенко виступає з позицій блогерського медіакритика. Він очолює в якості головного редактора газетне видання «Новини Кіровоградщини» та інтернет-видання «Novosti.kr.ua», на сторінках яких, на жаль, відсутні медіакритичні матеріали. Але у своєму блозі ([a-lysenko.livejournal.com](http://a-lysenko.livejournal.com)) А. Лисенко продовжує критично коментувати діяльність колег «по цеху». Так, під рубрикою «Крадуть» він формує своєрідний рейтинг «крадіїв інформації»: «буду розміщувати інформацію про тих, хто тириє у нас новини, цитати тощо без посилання на джерело» ([a-lysenko.livejournal.com/tag/kradut](http://a-lysenko.livejournal.com/tag/kradut)). Найбільше від блогера-медіакритика дістається інтернет-виданню «Весь Кіровоград»: розглядаються фактологічні помилки («Ох і вперті ж...» 19.04.2012); неоперативність інформації («Рекорд «оперативності» встановлено» 26.02.2012); непрофесійна робота з інформацією («Еро-топ тижня» 06.11.2011).

*Висновки.* Дослідження матеріалів регіональної медіакритики виявило цілий ряд проблем, які, з одного боку, характеризують змістові параметри регіональної медіакритики, а з іншого, – окреслюють можливі напрямки регулятивної діяльності медіафахівців. Найбільшими проблемними зонами постали: несприйняття медіакритичних виступів в умовах локального регіонального медіапростору, обмеженість кадрового ресурсу і доступу аудиторії до медіакритичних матеріалів, усталеність інтересів місцевої аудиторії та низький рівень її медіакомпетентності. Варто відзначити істотну різницю у широті аудиторії медіакритики національної преси і регіональної аудиторії, зовсім іншу масштабність місцевого медіаринку. Критика ЗМІ у провінційних умовах не може набути характеру об'єктивного і постійного аналізу медіаконтенту. Зокрема тому, що місцева журналістика не може покладатися передусім на інтереси аудиторії. Проте, потреби регіональної аудиторії у медіакритиці не досліджено. Медійна критика продукту місцевих ЗМІ повинна позиціонуватися передусім як важлива складова медійної освіти населення. Для цього необхідно провести ґрунтовну роботу з боку вчених, журналістів, педагогів тощо. Тільки таким чином – через розуміння принципів діяльності регіональних медіа – можна повноцінно осмислити тенденції загального розвитку національної медіасфери.

### Список літератури

1. Голодовнікова Ю. Парадокси української медіакритики [Електронний ресурс] / Ю. Голодовнікова. – Режим доступу : <http://www.mediakrytyka.info/drukovani/paradoksy-ukrayinskoji-mediakrytyky.html>
2. Довженко О. Дискурс української медіа критики : від маргіналії до чинника саморегуляції [Електронний ресурс] / О. Довженко. – Режим доступу : <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analyyka/dyskurs-ukrayinskoji-mediakrytyky-vid-marhinaliy-do-chynnyka-samorehulyatsiyi.html>

3. Довженко О. Для чого потрібна медіакритика? [Електронний ресурс] / О. Довженко. – Режим доступу : <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/dlya-choho-potribna-mediakrytyka.html>
4. Довженко О. Медіакритика в Україні : недоросла й недооцінена [Електронний ресурс] / О. Довженко. – Режим доступу : <http://www.mediakrytyka.info/media-filosofiya/mediakrytyka-v-ukrayini-nedorosla-y-nedootsinena.html>
5. Потятиник Б. Медіакритика : кому перепадає найбільше? [Електронний ресурс] / Б. Потятиник. – Режим доступу : <http://www.mediaosvita.com.ua/material/mediakritika-komu-perepadaie-naybilshe>

*Фенько Н. Н. Проблемы становления региональной медиакритики // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации» – 2012. – Т.25 (64). – № 4. Часть 1. - 310-314.*

*В статье исследуются проблемные зоны процесса становления региональной медиакритики. В частности, изучаются количественные и качественные параметры медиакритических материалов региональных медийных каналов.*

**Ключевые слова:** *региональная медиакритика, региональные медиа, медиаобразование.*

*Phenko N. M. The Problems of Regional Mediaticism's Establishment // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communications». – 2012. – V.25 (64). – № 4. Part 1. – P. 310-314.*

*In the article problem areas of the process of regional mediaticism's becoming are under research. In particular quantitative and qualitative characteristics of mediaticritical materials coming from regional channels are examined.*

**Key words:** *regional mediaticism, regional media, mediaeducation.*

*Поступила до редакції 23.09.2012 р.*