

Р.П. Баканов
(г. Казань, Россия)

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ В ТВОРЧЕСТВЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ КРИТИКОВ «КОМСОМОЛЬСКОЙ ПРАВДЫ»

Аннотация: автор данной статьи на основе анализа 200 публикаций выявил, каким образом в творчестве телевизионных критиков газеты «Комсомольская правда» освещались социальные проблемы современного общества. Используя методы содержательного, проблемно-тематического и сравнительно-сопоставительного анализа публикаций критиков, автор статьи пришел к выводу о том, что телевизионные критики данного издания редко обращались к социальным проблемам, анализ не каждой телевизионной передачи они старались «вписать» в определенный социальный контекст. Исследование показало, что в период 2013-2015 гг. в творчестве критиков газеты «Комсомольская правда» более или менее регулярно освещались следующие социальные проблемы: преобладание алчности телевизионных продюсеров над состраданием к родственникам погибших в катастрофах людей, повседневная жизнь в телепередачах представлена красивее и упрощеннее, чем она есть на самом деле, снижение духовного уровня населения страны под воздействием развлекательных передач, не требующих от аудитории размышлений.

Ключевые слова: медийная критика, телевизионная критика, социальная проблема, оценка, передача, интерпретация, газета «Комсомольская правда».

Summary: author of this article on the basis of the analysis of 200 articles has investigated how in the creation of television critics of the newspaper “Komsomolskaya Pravda” have told the social problems of modern society. Using the methods of content- analysis, a problem-thematic and comparative benchmarking articles critics, the author came to the conclusion television critics have rarely turned to social issues in every articles, the analysis of each TV show, they tried to “write” in a specific social context. The study showed that in the period 2013-2015 years. In this articles of critics of the newspaper “Komsomolskaya Pravda” more or less regularly covered the following social problems: the prevalence of greed of television producers of compassion for the relatives of those killed in accidents of people, daily life on television shows beautiful and simplistic than it actually is, the decline of the spiritual level of the population under the influence of entertainment programs, which do not require the audience thought.

Keywords: the media criticism, the television criticism, social problem, evaluation, broadcast, interpretation, “Komsomolskaya Pravda” newspaper.

Данная статья написана в рамках предпринимаемого автором научного исследования «Медийная критика в системе современной журналистики России: дискурсивные практики». Медийная критика – относительно новое направление в российской журналистике. В настоящей работе под данным термином мы понимаем определение, данное А.П. Короченским: «особая

область в отечественной журналистике, 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» [2]. Критика СМИ – область публицистическая: здесь задача – не просто «ткнуть носом» аудиторию в конкретные социальные проблемы общества, а выявить и сформулировать тенденции их освещения (репрезентации) в масс-медиа, в особенности на телевидении. Как писала В.В. Ученова, свойство публицистичности обязывает критиков СМИ обеспечивать «оперативное отображение происходящих событий» (в медийном секторе и вокруг него) и «оперативное влияние на события» [6: 214]. Нам представляется, что не только достоинства и недостатки рецензируемых произведений (передач и публикаций) необходимо выявлять медийным критикам, но и представить аудитории социальный контекст, в который встроены данная передача или печатный текст, рассмотреть и, возможно, обсудить с аудиторией то, как авторы медийных произведений представляют ей социальные противоречия современности.

Целью нашего исследования являлось выявление и изучение практики репрезентирования социальных проблем телевизионными критиками газеты «Комсомольская правда». Мы хотим установить, в какой степени современная телекритика в указанном издании откликается на злобу дня, как вписана она в социальный контекст и каково отношение критиков к освещаемым проблемам.

Объектом исследования стали публикации телевизионных критиков в разных жанрах в федеральном издании «Комсомольская правда» (включая сайт www.kp.ru), опубликованных в рубриках «Зацепило!» и «Телевизор КП». *Предметом* исследования стала репрезентация социальных проблем в творчестве телевизионных критиков данного издания.

Эмпирической базой исследования стала ежедневная общественно-политическая газета «Комсомольская правда» и мультимедийный сайт

www.kr.ru. Критические заметки, мини-рецензии и реплики о телепередачах публикуются в данном издании постоянно и уже на протяжении более 25 лет (с мая 1990 г.), дополняясь текстами с сайта редакции (рубрика «Зацепило!»). Критики активно работают с аудиторией на привлечение ее внимания [1].

Хронологический период исследования ограничен 2013-2015 гг. За три указанных года в интересовавшем нас издании было опубликовано 200 работ в разных жанрах, содержащих оценку телепередач или тенденциям федерального телевидения. Критики других видов масс-медиа выявлено не было. В количественном отношении публикации эмпирической базы распределились следующим образом: 63 статьи (2013 г.); 68 (2014 г.); 69 (2015 г.). Всего 200 текстов. В этот период о телевидении в «Комсомольской правде» писали пять человек, в публикациях которых нами были выявлены разные оценки объекту исследования, а также определенное количество текстов без преобладания какой-либо оценки (так называемые нейтральные публикации). Однако анализ содержания текстов показал, что преобладающей являлась отрицательная оценка телевизионному содержанию: критики выступали эмоционально, качество передач обсуждали исходя из своих представлений.

При выполнении исследования мы применили следующие методы:

1. *Сплошной мониторинг* ресурсов, составивших эмпирическую базу исследования, на наличие содержащих оценку текущей практике телевизионного вещания, а также качеству телепередач и работе телевизионных ведущих.

2. *Проблемно-тематический анализ* выявленных публикаций, позволивший выявить, на какие социальные проблемы современности обращали внимание их авторы.

3. *Лексико-стилистический анализ* медиатекстов, с помощью которого мы установили авторскую подачу информации, используемые авторами средства художественной выразительности, а также принципы репрезентации социальных проблем, характерных для творчества телекритиков «Комсомольской правды»: на какие из проблем они обращали внимание, какие игнорировали, в каком контексте и под каким углом зрения писали о них.

4. *Сравнительно-сопоставительный анализ* практики репрезентации социальных проблем между телевизионными критиками «Комсомольской правды». С помощью данного метода мы постарались установить, кто из изучаемых нами авторов более / менее включал анализируемые передачи в социальный контекст, убедительнее и аргументированнее осмысливал его.

5. *Содержательный анализ комментариев* к выступлениям телекритиков на сайтах газет с целью выявления реакции некоторой части аудитории, которая также может включить анализ телепередач в определенный социальный контекст, в том числе и рассуждать, например, о том, насколько правдоподобно современное телевидение освещает действительность, и какова она – жизнь в представлении творческого коллектива телекомпаний.

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим выводам. Во-первых, из 200 анализированных нами выступлений телекритиков о социальных проблемах речь шла всего лишь некоторой части их работ (33 текста). Социальное звучание получали далеко не все темы, связанные с критериями, определяющими качество предлагаемого зрителям содержания. Исследование показало, что авторы публикаций очень редко писали о качестве теленовостей (если это случалось, то поводом становилось освещение каких-либо важнейших событий: например, катастрофа самолета в казанском аэропорту в ноябре 2013 г. или над Синайским полуостровом в октябре 2015-го, сообщения о детях-живодерах и т.д.) Социальный контекст здесь формировался во время противопоставления критиками телезрителей (себя авторы статей относили к ним) и телевизионных продюсеров или менеджеров, которым не хватает такта на время убрать из эфира неуместные в дни трагедий любые развлекательные передачи. По мнению критиков, добровольно отказываться от показа рекламы никто не захочет: нужно указание сверху.

«Я не призываю всех стонать и кричать, подобно прыгающему в могилу Лаэрту: “Заваливайте мертвую с живым!”, – писала телекритик В. Львова. – Призываю скорее уважать чужую скорбь, даже если не чувствуешь таковую. Чтение сборника анекдотов на похоронах явно неуместно, и странно, что

приходится это объяснять» [4]. Судя по тональности некоторых других публикаций на данную тему, только официальные объявления дней траура заставляло работников телевидения на время отказываться от развлекательных передач, но самостоятельно они этого делать не станут. В одной из публикаций этот же критик сравнил, что было в эфире российских и французских телеканалов в дни общенационального траура. «Юмористы Франции, естественно, в эфире не появились. Но каждый из них сказал какие-то слова прессе, почему они считают невозможным шутить в этот момент. И в этом я вижу одно из маленьких отличий между нами и Европой. Юмористы Франции ведут себя как независимые личности. Они говорят про свою команду, про совместное решение что-то отменять. Наш однодневный траур по жертвам в самолете был как бы для галочки. Как-то я не помню Петросяна или Задорнова, которые бы сказали, что сейчас лучше помолчать. Продюсеры телепрограмм все решили сами. А наши юмористы просто переждали у микрофона» [3]. Как видим, сравнение оказалось в пользу Франции.

Во-вторых, основным объектом внимания телекритиков «Комсомольской правды» стали сериалы и рекламные ролики. Даже если они интерпретировали новостные телесюжеты, то часто позиционировали их перед аудиторией в качестве информационного сериала, в котором есть добрые и злые персонажи, часто депрессивный лейтмотив, регулярная криминальная тема, только вот очень мало интриги. Телекритики видели разницу между реальностью и ее репрезентацией в телепередачах, особенно в сериалах и рекламных роликах. Авторами она интерпретировалась с социальной точки зрения: все четыре обозревателя, публикации которых были нами изучены, констатировали, что повседневность телевизионная ярче и упрощеннее действительности, в которую вступает обычный телезритель, выйдя из подъезда своего дома.

Однако социальные проблемы репрезентировались в текстах слабо. Не все критики, анализируя сценарные ходы, сюжет и игру актеров, обобщали выявленное, придавали действиям героев сериалов социальную значимость. О каких социальных проблемах писали критики? Темы-лидера нам найти не

удалось. Выявлены публикации, авторы которых сетовали на ограниченность выбора досуга жителями подавляющего числа населенных пунктов страны, вследствие чего людям приходится смотреть телесериалы и завидовать их героям в том, что у них так быстро все получается в жизни. По мнению некоторых работающих в редакции критиков, задачей сериалов и ток-шоу является отвлечение аудитории от повседневных проблем путем формирования у них чувств сопереживания за героев этих передач. Отсюда красивая жизнь действующих лиц, их экранная материальная обеспеченность (наличие коттеджей, иномарок, других форм благосостояния): многие телепродюсеры считают, что экранная «реальность» должна привлекать внимание, а не отторгать своей прозаичностью.

Еще одной эпизодически освещаемой критиками проблемой стало снижение культурного уровня аудитории под воздействием экранных развлечений. Однако прямо сказать об этом критики почему-то не решались (возможно, чтобы не нарушать преобладающий развлекательный формат повествования и не «перегружать» читателей). В одной из публикаций телекритик В. Львова обобщение все же провела, заострив повествование:

«Переходя с одних носителей на другие, с бумаги на цифру, например, а потом на более качественную цифру, а потом к другим крутым технологиям, мы забываем, что было на изначальном носителе. Мы заполняем мусором новые носители, и в мусоре этом теряется суть. И в результате классика мировой литературы – это что-то, что можно скачать, а для тех, кому лень скачивать, есть подборка цитат, услужливо сделанная теми, кто как-то кое-где у нас порой читал. “50 цитат из...” – вот источник образования в социальных сетях» [6].

Таким образом, в телевизионной критике «Комсомольской правды» наряду с текущим анализом качества телепередач время от времени идет речь и о некоторых актуальных социальных проблемах. Как правило, за хронологический период исследования авторы публикаций не акцентировали внимание читателей на них, изредка обобщая выявленные в ходе оперативного осмысления достоинства или недостатки конкретной передачи. Поскольку

критика медийная и в частности телевизионная следует за содержанием телеканалов, то из практики телекритики в данном издании пока не ясно, насколько современное телевидение отражает социальные проблемы и отражает ли их вообще. Был анализ поверхностный, эмоциональный, содержащий субъективную аргументацию. Рецензенты редко «тыкали носом» и работников телекомпаний, и обычных читателей в социальные проблемы. Если это и случалось, то в основном при интерпретации содержания, во взаимосвязи с увиденным на экране. Регулярнее, чем в творчестве других коллег по редакции, социальная составляющая проявлялась в публикациях телекритика Валентины Львовой. Этот автор пусть и нерегулярно, но старалась сопоставить увиденное на экране с реальной действительностью, пытаясь определить, в чем польза от просмотра той или иной передачи или сериала. Тем самым, только этот автор из всех телекритиков изученного нами издания встроила анализируемые ей медиатексты и медиасюжеты в социальный контекст повседневности. Это необходимо для более целостного восприятия каждой передачи ее аудиторией, формирования у нее не просто культуры потребления, но и первоначальных навыков самостоятельного анализа телевизионных произведений, приобретения познаний о состоянии и тенденциях современного медиамира. Думается, что лучше начать познавать его с выяснения: правду нам показывают или по какой-либо причине лгут.

Список источников и литературы

1. Комсомольская правда. – 2013-2015. – №№ 1-320.
2. Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (режим доступа – свободный).
3. Львова В. Современное «Лебединое озеро» топит в хронике // Комсомольская правда. – 2015. – 24 нояб. – С.21.
4. Львова В. Дотерпеть до полуночи // Комсомольская правда. – 2015. – 3 нояб. – С.22.
5. Львова В. А не замаяхнуться ли на Вильяма нашего, на Шекспира? // Комсомольская правда. – 2014. – 16 фев. – С.20.
6. Ученова В.В. публицистика и политика. – М.: Искусство, 1979. – 271 с.