

ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070:654

**КРИТЕРИИ АНАЛИЗА ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПЕРЕДАЧ
И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ВЕЩАНИЯ
В ТВОРЧЕСТВЕ ТЕЛЕКРИТИКА ЮРИЯ БОГОМОЛОВА***Р.П. Баканов***Аннотация**

В статье рассмотрены критерии анализа телевизионных передач и тенденций развития телевизионного вещания федерального телевидения в творчестве известного телекритика Юрия Богомолова в период его сотрудничества с «Российской газетой». Согласно результатам исследования, применяемые телекритиком критерии анализа можно разделить на две группы. Первая – критерии, выявляющие творческий уровень федерального телевидения. Вторая – критерии, выявляющие принципы функционирования телевидения как социального явления. Большинство статей Ю. Богомолова не содержит однозначной оценки телевизионного контента.

Ключевые слова: телевизионная критика, телевидение, критерий, анализ, оценка, телепередача, автор, Юрий Богомолов, «Российская газета».

Творчество Юрия Александровича Богомолова – одного из старейших российских обозревателей – имеет значение как для практики телевизионной критики, так и для ее теории. Окончив ВГИК, свою трудовую деятельность Ю. Богомолов начал в 60-е годы XX века в качестве киноведа и кинокритика. В начале 90-х годов, во время наступившего кризиса отечественного кинопроизводства, он стал сотрудничать с центральной прессой в качестве телевизионного критика. В период с 1993 г. по 2010 г. он работал в таких изданиях, как «Московские новости» (1993–1997 гг.), «Русский телеграф» (1998 г.), «Известия» (1999–2002 гг.) и «Российская газета» (с 2004 г. по настоящее время).

В различных изданиях федерального распространения все чаще можно встретить как специальные тематические рубрики, так и отдельные статьи, содержащие определенные мнения о качестве телевизионных передач или работе их ведущих. При этом каждый автор в своих выступлениях руководствуется собственными представлениями о критике, а также о критериях анализа телепередач или тенденций развития вещания телевизионных компаний. Вследствие этого в таких изданиях, как «Новая газета», «Известия», «Литературная газета», акцент делается на одних критериях анализа телевизионных передач, а в «Российской газете», «Независимой газете», «Московском комсомольце» – на других. Мы отмечаем

отсутствие общих критериев оценки телевизионного контента со стороны телекритиков.

В свете изложенного мы считаем, что в настоящее время необходимо обратиться к исследованию творческой деятельности опытного и авторитетного телевизионного критика, которая стала бы примером для начинающих критиков. Актуальным также видится определение критериев, на которые он обращает внимание при анализе и оценке телепередач и тенденций развития телевизионного вещания. На наш взгляд, таким автором является телевизионный обозреватель «Российской газеты» Юрий Богомолов. Так как он долгое время работал кинокритиком, есть основания полагать, что выработанные им критерии оценки творческих медиапродуктов Богомолов привнес в телевизионную критику.

Практическая значимость изучения творчества Ю.А. Богомолова, на наш взгляд, заключается в возможности использования в современной телекритике тех критериев формирования оценки передач и творческих приемов, примененных их создателями, которые были выработаны мэтром отечественной журналистики. Интерес представляют также способы коммуникации критика с читателями и формы полемики с руководством телевизионных компаний.

Целью исследования являлось определение критериев анализа телевизионных передач, явлений и тенденций современного телевизионного вещания в творчестве Юрия Богомолова в период его сотрудничества с «Российской газетой».

Для достижения поставленной цели был проведен контент-анализ публикаций Ю. Богомолова в «Российской газете», определены проблемно-тематические направления творчества телекритика и установлены его оценочные предпочтения по отношению к передачам и тенденциям развития вещания современных центральных телеканалов.

Первое выступление Ю.А. Богомолова на страницах «Российской газеты» в рамках рубрики «Теленеделя со мной» состоялось 6 апреля 2004 г. (I). С тех пор он еженедельно публикует в газете статьи, посвященные анализу телевизионных передач. В рамках настоящей работы мы ограничимся периодом с 6 апреля 2004 г. по 31 декабря 2010 г., то есть со дня выхода первой публикации телевизионного критика в названном издании до времени начала проведения нашего исследования. Всего за указанный период Ю. Богомоловым в «Российской газете» было опубликовано 423 статьи.

В ходе исследования применялись метод контент-анализа и метод статистической обработки данных. Первый позволил нам установить, с какой периодичностью Ю. Богомолов публиковал статьи, содержавшие критический анализ телевизионного контента, и выявить критерии, с помощью которых он проводил анализ телевизионных передач и тенденций развития федеральных телеканалов. Посредством второго мы определили (конкретно по каждому году интересующего нас периода) количество статей Ю. Богомолова с положительной или отрицательной оценкой телевизионного контента, кроме того, выявили публикации, не содержавшие однозначной оценки передач и творческой деятельности их ведущих.

Вопрос о критериях анализа передач в телевизионной критике начал обсуждаться в советских отраслевых журналах еще в 60-е годы XX века. Как правило, в статьях речь шла о предназначении телевизионной критики, о ее возможности

влиять как на самих работников телевидения, так и на обычных телезрителей [1, 2]. Член редколлегии экспериментальной творческой киностудии В. Дьяченко, указывая на то, что «от телекритика нынче требуется высочайшая степень профессионализма», писал: «Одним из серьезных недостатков телекритики является часто демонстрируемое неумение определить, на какие психологические механизмы восприятия пытаются воздействовать авторы той или иной передачи. Это тем более важно, что неуточненность цели – бич телевидения, главным образом, его общественно-политических программ.

Телевизионная критика мало обращает внимания на качество текста, звучащего слова, и это поистине странно, ибо роль слова на ТВ очень велика. Профессиональному телекритику нужно обладать снайперским глазом, точным вкусом и быстротой восприятия» [3, с. 39]. По мнению В. Дьяченко, чтобы корректно анализировать передачи, от телекритика требуется почти энциклопедическая широта знаний.

Однако обсуждение вопроса о критериях оценки телевизионного контента в то время не было доведено до конца. В связи с изменениями политического климата в СССР произошли трансформации на телевидении, к примеру, практически не стало прямых эфиров. После того, как Председатель Гостелерадио СССР С.Г. Лапин в 1970 г. публично произнес фразу «Критиковать телевидение – все равно, что критиковать Советскую власть» [4, с. 12], телекритика на 20 лет почти ушла со страниц печати, возродившись только в начале 90-х годов. В частности, свет увидела статья телекритика В. Кисунько, в которой освещалась проблема неразделенности критико-социологического и эстетико-критического начал при оценке «продукции» телевидения. «Очевидно, – писал В. Кисунько, – речь идет об искусстве осмысления не одних лишь явлений – по принципу наивно-оперативного реагирования, но – осмысления процесса, тем более интересного, что тут есть “жизнь”» [4, с. 14]. Других публикаций, в которых бы обсуждались критерии анализа медиатекстов, в то время не было.

В 2000-х годах развитие интересующей нас темы протекало медленно и было неустойчивым: в редких статьях о телекритике, появившихся в профессиональных изданиях, исследование критериев оценки передач подменялось исследованием функций работы телевизионного критика [5–9]. Тем не менее в указанный период проблема критериев оценки в медийной критике эпизодически становилась предметом обсуждения в плане ее научно-экспертного вида [10]. Отметим исследования А.П. Короченского [11, 12], Е.А. Кожемякина [13] и наше учебно-методическое пособие по медиакритике [14, с. 132–134].

Говоря об объектах внимания медиакритика, А.П. Короченский указывает: «Медиакритика обязана познавать и оценивать не только *микрореконтекст* текстопорождения, обусловленный внутриорганизационным взаимодействием создателей содержания СМИ, но и его социальный *макрореконтекст*. Медиакритика способна выявлять степень адекватности и полноты отображения социальных явлений и процессов в СМИ, соотнося с объективной реальностью картины и образы действительности, сформированные средствами массовой информации. Она определяет возможные искажения и когнитивные “дыры”, образующиеся в случаях, когда создатели медийного содержания невольно или преднамеренно опускают часть информации, необходимой аудитории для адекватного знания

и понимания общественных реалий. Таким образом медиакритика выявляет степень *социального реализма* средств массовой информации [11, с. 206–207]. Е.А. Кожемякин, в свою очередь, считает, что медиакритика предполагает применение метода дискурс-анализа практики текстопорождения [13, с. 199]. Использование данного метода подразумевает постановку ряда важных вопросов, например: «Как конструируется реальность в медиатексте?»; «Как использованные языковые, жанровые, стилистические средства создают определенный тип знания и как они способствуют расстановке смысловых акцентов в медиатексте?»; «Иницирует ли медиатекст социальные изменения, или он просто отражает социальные процессы?» и т. д. [13, с. 200]. Таким образом, размытость критериев анализа медийного текста (в том числе и телевизионной передачи) в настоящее время, на наш взгляд, является одной из наиболее важных проблем журналистики как филологической науки. Мы считаем, что выбор такого рода критериев должен осуществляться авторами в зависимости от жанровой и стилистической принадлежности текста.

Преобладание в общем объеме публикаций Ю. Богомолова статей без оценки (243 публикации, или 57.3% от общего их числа) свидетельствует о том, что данный автор старался выявить в предмете своего исследования как положительные, так и отрицательные черты. Исключительно положительного же в современном телевизионном контенте и функционировании федерального телевидения критик видел мало (всего 22 работы, что составляет 5.2% всех его публикаций). В основном он поддерживал те редкие дискуссии, участники которых думали прежде всего не о собственных политических дивидендах, а о том, чтобы аудитория смогла разобраться в сути обсуждавшихся проблем (II). Проанализировав публикации Ю. Богомолова, мы пришли к выводу, что с начала работы в «Российской газете» по сегодняшний день он выступал и выступает за соблюдение сотрудниками телевидения всех требований к работе с информацией, которые продиктованы профессиональной этикой, а именно стремиться к правде фактов, объективности в оценках и честности перед аудиторией (III, IV).

Более регулярно Ю.А. Богомолов заострял внимание на отрицательных сторонах телевизионного вещания (выявлено 158 статей, что составляет 37.3% от общего объема). Негативная оценка складывалась в тот момент, когда критик старался осмыслить как принципы освещения на телевидении многочисленных социальных проблем, так и закономерности формирования «повестки дня», представленной тем или иным телеканалом. Обобщая имеющиеся недостатки, автор всегда выходил на глобальные проблемы конъюнктуры как медийного, так и политического рынков, зависимости телевидения от рекламодателя, а позже и отдельных политических группировок, что привело к превращению телевидения из средства массовой информации в бизнес, инструмент политической пропаганды, а также в средство развлечения аудитории (см., например, V–VII).

Что касается тематических предпочтений телекритика, то, как показал контент-анализ его статей, за период, охватываемый настоящим исследованием, им были освещены следующие проблемы: несоблюдение этических норм в телепередачах, искажения действительности в информационных передачах в угоду политическим интересам отдельных лиц (VIII), телевидение как инструмент создания новых национальных героев (IX), значительное увеличение объема

развлекательного телевидения за счет сокращения эфирного времени познавательных и художественных передач и т. д. (X).

На наш взгляд, публикации Ю.А. Богомолова можно разделить на пять следующих групп, каждая из которых представляет направление его творческого поиска.

1. Экспресс-анализ событий, произошедших на основных федеральных телеканалах («Первый канал», «Россия 1», «НТВ», «ТВ Центр») за неделю, прошедшую с момента выхода в свет предыдущей статьи критика – 248 публикаций (58.6% от общей численности всех выступлений телекритика в «Российской газете»).

2. Рецензии или реплики на телевизионные передачи – 123 статьи (29.1%).

3. Телевидение и политика (обсуждение механизмов распространения выгодной власти информации и сокрытия ненужных с ее точки зрения сведений; технологии мифотворчества в СМИ; выступления политиков по телевидению и т. д.) – 22 статьи (5.2%).

4. Общий анализ художественного уровня передач, а также выявление закономерностей функционирования современного федерального телевидения – 17 публикаций (4%).

5. Другое (анонсы некоторых интересных, по мнению критика, передач (фильмов); творческие портреты тележурналистов или ведущих; полемика с некоторыми участниками телепередач по вопросам социально-политического развития страны) – 13 статей (3.1%).

Таким образом, больше половины от общего объема выявленных нами публикаций Ю.А. Богомолова в «Российской газете» занимает оперативный анализ телевизионных передач. Данные статьи по жанру представляют собой обзорные (как правило, 3–5 передач) с элементами комментария, эссе, зарисовки. Объем каждой из них (в среднем 300 газетных строк) не позволял телекритику дать детальную характеристику тому или иному медийному продукту. Поэтому приходилось указывать лишь на самое главное. Контент-анализ свидетельствует о том, что критик знакомил аудиторию с позицией гостей передач и ключевыми репликами по теме разговора, обращал внимание на контент передачи, а также на то, что нового в ней сообщается аудитории. Лишь во вторую очередь телекритик фиксировал социальные смыслы конкретных медиатекстов. К сожалению, вне поля зрения Богомолова (в силу ограниченного объема рубрики «Теленеделя со мной») часто оставались технико-технологическая, правовая и экономическая стороны функционирования телевидения. Эти пробелы Богомолов старался восполнить тогда, когда интересных, на его взгляд, передач было мало. И 175 статей (41.3%), которые мы отнесли к группам 2–5, дают основание говорить, что критик старался не ограничивать себя ролью обозревателя, а глубже анализировать предмет исследования. В этих случаях он выбирал такие жанры, как рецензия, реплика, аналитическая корреспонденция и творческий портрет.

Критерии анализа телевизионного контента в творчестве Ю.А. Богомолова. Контент-анализ показал, что телевизионный критик в своих публикациях обсуждал как впервые вышедшие в эфир телепередачи, так и проекты, занимавшие постоянное место в сетке вещания телекомпаний: например, ток-шоу на политические темы («К барьеру!», «Поединок», «Времена» и т. д.); развлекательные

передачи («Ганцы на льду», «Минута славы», «Прожекторперисхилтон») и др.); также воскресные итоговые информационно-аналитические выпуски таких федеральных телекомпаний, как «Первый канал», «Россия 1», «НТВ» и «ТВ Центр». Содержание этих передач Ю. Богомолов в рубрике «Теленеделя со мной» обсуждал достаточно часто. Можно предположить, что это говорит о некоторой ограниченности телекритика в выборе эмпирической базы для своих наблюдений (например, контент так называемых дециметровых телеканалов «Домашний», «СТС», «ТВ-3», «РЕН ТВ» и других очень редко оказывался в поле его зрения).

Нами были выявлены следующие критерии анализа телевизионного контента в творчестве Ю.А. Богомолова, которые, на наш взгляд, можно разделить на две группы.

I. Группа критериев анализа, выявляющих творческий уровень современного федерального телевидения. К данной группе мы отнесли следующие критерии анализа:

– выявление актуальности темы (проблемы) той или иной телевизионной передачи и ее информационной новизны (контент-анализ показал, что данным критерием телекритик руководствовался в 412 своих статьях в «Российской газете», что составляет 97.4% от общей численности всех публикаций этого автора);

– определение жанра телепередач (388 публикаций, или 91.7%)¹. Телекритик, как правило, говорил не только о таких традиционных для телевидения жанрах, как беседа, интервью, специальный репортаж, ток-шоу, дискуссия, обозрение, но и о тенденции смешения жанров. Так, на федеральных телеканалах, по мнению Богомолова, можно встретить документальную драму, интервью-комментарий, тележурнал, развлекательные новости и т. д.

– определение художественного замысла творческих проектов; этот критерий, главным образом, был отмечен при анализе вышедших в телеэфир художественных фильмов или сериалов (307 статей, или 72.5%);

– уточнение экранного имиджа ведущих или героев телепередач (303 публикации, или 71.6%); об этом критерии речь пойдет ниже;

– изучение средств художественной выразительности, с помощью которых творческий коллектив передачи стремился выразить свои идеи (227 публикаций, или 53.6%). Телекритик проводил творческую экспертизу на предмет применения журналистами различных изобразительно-выразительных средств языка (были выявлены метафоры, сравнения, гиперболы и некоторые другие), а также технических средств монтажа (перекрестный и ассоциативный виды монтажа, использование закадровых мелодий и интершумов и т. д.).

Как видно из вышеприведенных данных, на протяжении хронологического периода нашего исследования первые два критерия телевизионный критик использовал практически регулярно вне зависимости от года наблюдения. Чуть ниже показатели критерия «Постижение художественного замысла телепередачи как творческого проекта». Богомолов использовал этот критерий при написании материалов для рубрики «Рецензия», которая выходила по четвергам

¹ В каждой своей статье телекритик обычно использовал несколько критериев анализа передач или тенденций вещания федерального телевидения.

в приложении «Российская газета – Неделя». После закрытия рубрики в середине 2009 г. (возможно, это произошло вследствие экономического кризиса, во время которого редакциям печатных СМИ пришлось сократить количество их страниц) данный критерий стал использоваться реже: выявлено всего 37 статей. Впрочем, если учесть, что с 1 июля 2009 г. по 31 декабря 2010 г. Ю.А. Богомоловым было опубликовано 69 статей, названный критерий применялся им практически в каждой второй публикации в рубрике «Теленеделя со мной».

Критерий, предназначенный для анализа содержащихся в телепередачах и фильмах средств художественной выразительности, также использовался в основном в рубрике «Рецензия». За указанный период нами было зафиксировано только 25 статей (это всего 5.9%), в которых применялся названный критерий.

Что касается критерия «Уточнение экранного имиджа ведущих или героев телепередач», наше исследование показало, что, формируя свои впечатления о телевизионных проектах, Ю. Богомолов лишь эпизодически обращался к жанру творческого портрета личности на экране (всего 6 статей в данном жанре за 2004–2010 гг.). Телекритик обращал внимание на речь, поведение человека, выступавшего на телевидении в качестве ведущего передачи или ее гостя: например, аудитории были представлены штрихи к экранным портретам политических деятелей (XI), звезд эстрады (XII), журналистов (XIII), деятелей культуры (XIV), так называемых людей тусовки (XV) и других медийных лиц. О многих из них критик говорил в контексте социальных проблем современного общества, цитируя героев передач, обобщая их мысли и предложения и пытаясь спрогнозировать, как может развиваться социально-политическая ситуация, если идеи экспертов будут претворены в жизнь. При этом Богомолов ограничивался, как правило, публикацией основных впечатлений, возникших по ходу просмотра передач. Для того чтобы аудитория лучше поняла его, телекритик часто использовал образные сравнения. Например, вот что он писал о феномене популярности Т. Канделаки из тандема ведущих передачи «Нереальная политика» (канал «НТВ»): «Тина Канделаки в передаче “Нереальная политика” выглядит более естественно. Она читает статьи на экономические темы перед выходом в эфир и даже пытается что-то понять в них. Значит, конструкция программы смонтирована следующим образом. Гостя программы совсем не разбирается в социально-экономическом переплете. Тина более или менее ориентируется в нем. А вот известный журналист Андрей Колесников, он все знает. Получилась такая трехступенчатая ракета. Она взлетела и даже вышла на заданную орбиту. Теперь вопрос в том, как долго она на ней продержится?» (XVI).

Иногда Ю.А. Богомолов подробно анализировал деятельность так называемых медийных персон. В данном случае критик исследовал экранный образ личности комплексно, обращая внимание на то, каким образом она оказалась на телевидении, на ее поведение в кадре, на частоту появления в телеэфире, на манеру одеваться, на речь, на способность слушать других, на выполняемые в передаче функции и т. д. Однако критик анализировал работу далеко не всех известных телеведущих. По каким же критериям производился отбор? Выскажем предположение, что одним из критериев являлся профессионализм человека (например, В. Познера, в работе которого Богомолов видел как положительные, так и отрицательные стороны (III)), а другим – частота появления на телеэкране

(например, К. Собчак, оценка деятельности которой была однозначно негативной (XVII)). Свое отношение к экранному образу этой девушки в одном из номеров газеты за 2008 г. он выразил так: «Недавно она пожаловалась, что все ее “ненавидят, как Гитлера”. Попсовая девушка сильно обольщается. Ее не ненавидят. Тем более – как Гитлера. Ее презирают. А это уже другое чувство» (XVIII).

Следует отметить, что, как показал контент-анализ, данная группа критериев анализа являлась наиболее распространенной в творчестве Ю.А. Богомолова в период его сотрудничества с «Российской газетой». Необходимо указать также, что из некоторых критериев данной группы (например, «Определение жанра телепередач», «Уточнение экранного имиджа ведущих или героев телепередач») могут быть выделены соответствующие подкритерии.

II. *Группа критериев анализа, выявляющих принципы функционирования федерального телевидения как социального явления.* Под термином «функционирование» мы понимаем практику вещания телекомпаний, в деятельности которых можно выделить такие стороны, как технико-технологическая, правовая, этическая, экономическая, творческая, программно-тематическая. В данную группу мы включили следующие критерии анализа телепередач и закономерностей функционирования федерального телевидения:

- выявление социального контекста, в который включен сюжет конкретной телепередачи (кинофильма);
- изучение стратегий организации вещания современных федеральных телеканалов.

Рассмотрим каждый из критериев подробнее.

1. *Выявление социального контекста, в который включен сюжет конкретной телепередачи (кинофильма).* Контент-анализ показал, что Ю.А. Богомолов практически в каждой своей статье, опубликованной в рубрике «Теленеделя со мной», уделял большое внимание определению социальных смыслов, которые несет в себе каждая из попавших в поле зрения критика передач. Богомолов старался дать ответы на следующие вопросы: а) о какой социальной проблеме авторы телепередачи ведут речь; б) формулируют ли они ее конкретно, и если да, то с помощью каких фактов и творческих приемов; в) какой урок получит посмотревшая передачу аудитория. Иначе говоря, в рамках данного критерия подход телевизионного критика к анализу передач заключался в рассмотрении их как набора воздействующих на человека социальных смыслов. По нашему мнению, цель статей Ю. Богомолова – убедить читателя в том, что сетка вещания основных федеральных телеканалов представляет собой не просто набор разных по темам и жанрам передач, а совокупность заложенных в их основу социальных мифов и существующих в обществе стереотипов. По мнению критика, передача интересна зрителям именно тогда, когда они узнают в ней современность, осознают полноту проявления реальности со всеми ее социальными противоречиями и конфликтами (XIX).

Наше исследование показало, что данный критерий анализа телепередач (кинофильмов) применялся Богомоловым в 389 статьях (92% от общей численности его публикаций в «Российской газете»). В каждой из них он старался объяснить аудитории, на эксплуатацию каких социальных стереотипов направлена конкретная передача (или речь гостя студии), а также почему она получила место

в эфире. Например, рассуждая о примитивности подавляющего большинства современных научно-просветительских передач, телекритик указывал, что они рассчитаны на обыденное сознание массового зрителя. Ю.А. Богомолов пришел к выводу, что «обыденное сознание предпочитает сложному знанию доходчивое невежество. И поэтому последнее пользуется повышенным спросом рекламодателя. Потому невежество становится хорошо продаваемым товаром. Не хуже, чем амурные и альковные тайны наших и зарубежных звезд шоу-бизнеса. Потому и штампуются такие документальные сенсации, как “Тайна воды”, “Плесень”... Теперь вот – “Обвиняется Дарвин”» (VII). Данный критерий анализа передач являлся основным в творчестве Ю.А. Богомолова.

2. *Изучение стратегий организации вещания федеральных телеканалов.* В данном случае свои задачи Ю. Богомолов видел в том, чтобы, во-первых, как можно точнее сформулировать каждую из подобного рода стратегий, во-вторых, показать аудитории приемы их реализации. Результаты проведенного нами контент-анализа свидетельствуют о том, что указанный критерий анализа за хронологический период исследования телекритик применял часто: выявлено 256 публикаций (60.5%). В своих статьях Богомолов говорил, как правило, о двух стратегиях организации телевизионного вещания, актуальных на протяжении всего времени его сотрудничества с «Российской газетой»: *финансово-экономической и политической.*

Финансово-экономическая стратегия выражается в постоянном увеличении «производства» развлекательных передач с участием звезд шоу-бизнеса за счет значительного снижения доли просветительского вещания. Цель продвижения развлекательных проектов, по мнению телекритика, состояла исключительно в том, чтобы получить высокие показатели рейтинга предпочтений аудитории и, следовательно, заработать как можно больше средств от размещения рекламы во время трансляции данных передач. По словам Ю. Богомолова, все, что не приносит денег, демонстрируется поздно ночью или не выходит в эфир вообще (XX). Контент-анализ показал, что среднегодовая доля публикаций телекритика с анализом финансово-экономической стратегии организации телевещания постепенно увеличивалась с 9 в 2004 г. до 34 в 2010 г. Рост интереса Ю.А. Богомолова к данному аспекту деятельности телевизионных каналов свидетельствует о том, что проблема эта становилась с каждым годом все более острой.

Политическая стратегия представляет собой попытку определить, какую идеологическую доктрину внедряет в сознание аудитории власть посредством телевидения. В рамках рассмотрения данной стратегии телекритик стремился ответить на вопрос, выполняют ли федеральные телекомпании функции средств массовой информации. В результате анализа большого количества телепередач Ю. Богомолов выдвинул предположение, что федеральное телевидение сейчас не площадка для обсуждения социальных проблем или диалога общества и власти, а наоборот, средство отвлечения широкой общественности от социальных проблем. Главное, по словам Ю. Богомолова, чтобы аудитория не думала о плохом, а веселилась (XXI). Эту идеологическую доктрину федеральные телекомпании реализуют с помощью следующих функций: рекреативной (XXII), создания положительного образа представителей власти, в особенности Президента РФ

Д.А. Медведева и Председателя Правительства РФ В.В. Путина (XXIII), формирования избирательной «повестки дня», из которой исключаются сообщения об акциях оппозиции (XIV), проявления лжепатриотизма (XXV) и др. Особое внимание критик обращал на выпуски новостей, поскольку в них реализовывалась основная часть политической стратегии федерального телевидения. Весной 2007 г. Богомолов опубликовал статью, в названии которой выразил свое видение его основной функции: «ТВ как средство от массовой информации?...». «Информационщикам, сдающим свои позиции в эфире, нет снисхождения, – писал он. – Трудно не заметить кризис информационного вещания не только в политическом смысле, но и в сугубо профессиональном отношении. Невооруженным глазом видно, что информационные программы стали не только беднее по части фактов, событий, обстоятельств, но и скучнее по подаче, разыгрыванию информации» (XXVI).

Итак, группа критериев анализа, направленных на выявление специфики телевидения как социального явления, занимала значительное место в творчестве Ю. Богомолова. Практически в каждой своей статье телекритик рассматривал передачи с точки зрения их встроенности в «систему координат» организации вещания современного федерального телевидения, объясняя аудитории, во-первых, в чем стратегическая цель анализируемой передачи, во-вторых, каким образом и в каком контексте ее авторы рассматривают актуальные социальные проблемы. Мы также считаем важным, что Богомолов старался выявить следующее: используют ли работники федеральных телекомпаний в полной мере имеющиеся в их арсенале функции средства массовой информации или же применяют их выборочно в угоду политической конъюнктуре? Контент-анализ показал, что на протяжении 2005–2010 гг. постепенно увеличивалось с 2 в 2005 г. до 16 в 2010 г. количество его публикаций с акцентом именно на то, что российское телевидение выполняет функции пропаганды и формирования положительного образа власти, а не объективного информирования общественности об актуальных социальных проблемах (XXVII).

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим выводам. Преобладание в творчестве Ю.А. Богомолова статей без определенной оценки, на наш взгляд, говорит о том, что данный автор стремился к объективности анализа телевизионных передач. Газетный формат не позволял телекритику проводить детальный анализ телевизионных передач и тенденций развития вещания современных федеральных телеканалов, поэтому Богомолов делал акцент на выявлении и объяснении возможных эффектов воздействия телепередач на зрителей и изучении функций современного телевидения как социального явления.

Обращаясь к читателям в своих статьях, Ю.А. Богомолов рассчитывал на образованность аудитории. Например, критик, анализируя экранный образ того или иного телеведущего, мог сравнить его поведение или манеру держаться с героями классических литературных произведений. Использование им средств художественной выразительности, а также эзопова языка, намеков, на наш взгляд, требовало от читателей способности к чтению между строк, побуждало их к размышлениям. Мы считаем, что статьи Ю.А. Богомолова выполняли скорее познавательную и информационно-коммуникативную функции, чем развлекательную.

По нашему мнению, публикации Богомолова были направлены на преодоление некомпетентности аудитории в вопросах функционирования федеральных телекомпаний. Об этом свидетельствуют девять выявленных нами критериев анализа телепередач и закономерностей развития вещания российского телевидения. Однако, как нам представляется, телекритик мало внимания уделял изучению приемов манипулирования вниманием аудитории и общественным сознанием со стороны работников телевидения, несмотря на то, что в настоящее время данная тема является одной из наиболее актуальных. Думается, профессиональные советы телекритика в плане того, как не поддаться манипулированию, были бы полезны читателям.

Перспективным продолжением предпринятого нами исследования может стать изучение творческого почерка не только данного телекритика, но и критиков, сотрудничающих с другими периодическими изданиями России. Считаем, что необходимо проанализировать следующие элементы их творчества: лексико-стилистическое своеобразие публикаций, проблемно-тематические и оценочные предпочтения, применяемые стратегии и средства коммуникации с аудиторией, функциональные и жанровые особенности статей.

Summary

R.P. Bakanov. Criteria for the Analysis of TV Programmes and TV Broadcasting Trends in Creative Work of Television Critic Yury Bogomolov.

The article deals with the criteria for the analysis of TV programmes and trends in the development of federal broadcasting used in the work of a well-known television critic Yury Bogomolov during his cooperation with the "Rossiyskaya gazeta" newspaper. According to the results of the research, the analysis criteria used by the television critic can be divided into two groups: 1) criteria that reveal creative level of the federal television; 2) criteria that investigate principles of functioning of television as a social phenomenon. Most of Bogomolov's articles have no unambiguous estimation of the television content.

Key words: television criticism, television, criterion, analysis, estimation, TV broadcast, author, Yury Bogomolov, "Rossiyskaya gazeta."

Источники

- I. *Богомолов Ю.* Весело было им // Рос. газ. – 2004. – 6 апр. – С. 9.
- II. *Богомолов Ю.* Культурпривет // Рос. газ. – 2010. – 9 февр. – С. 11.
- III. *Богомолов Ю.* Открытие Америки: Познер и Ургант как Ильф и Петров // Рос. газ. – 2008. – 14 февр. – С. 11.
- IV. *Богомолов Ю.* Информационное послевкусие войны // Рос. газ. – 2008. – 19 авг. – С. 11.
- V. *Богомолов Ю.* Из жизни психоаналитиков и пациентов // Рос. газ. – 2007. – 20 марта. – С. 9.
- VI. *Богомолов Ю.* Нарастающая бессмыслица // Рос. газ. – 2005. – 25 окт. – С. 9.
- VII. *Богомолов Ю.* Против часовой стрелки // Рос. газ. – 2010. – 17 февр. – С. 11.
- VIII. *Богомолов Ю.* Сотрясение мозгов // Рос. газ. – 2007. – 20 апр. – С. 11.
- IX. *Богомолов Ю.* Звездные войны на телеканалах России // Рос. газ. – 2007. – 2 февр. – С. 11.
- X. *Богомолов Ю.* Классики подсматривают за нами // Рос. газ. – 2007. – 21 окт. – С. 11.

- XI. *Богомолов Ю.* Сложно сочиненные предположения // Рос. газ. – 2007. – 9 окт. – С. 9.
- XII. *Богомолов Ю.* Россия в радости и в горе // Рос. газ. – 2007. – 6 марта. – С. 11.
- XIII. *Богомолов Ю.* Дни и ночи защитников Отечества. Продолжение // Рос. газ. – 2010. – 2 марта. – С. 11.
- XIV. *Богомолов Ю.* Тепло. Теплее... Холодно! // Рос. газ. – 2009. – 27 янв. – С. 11.
- XV. *Богомолов Ю.* Too much // Рос. газ. – 2007. – 11 сент. – С. 11.
- XVI. *Богомолов Ю.* Охота на бабочек // Рос. газ. – 2009. – 31 марта. – С. 11.
- XVII. *Богомолов Ю.* Ксения Собчак. От перемены имиджа... // Рос. газ. – 2007. – 9 февр. – С. 11.
- XVIII. *Богомолов Ю.* Главные герои // Рос. газ. – 2008. – 4 марта. – С. 9.
- XIX. *Богомолов Ю.* Ничего, кроме личного // Рос. газ. – 2009. – 24 марта. – С. 11.
- XX. *Богомолов Ю.* Почему мы не летаем?.. // Рос. газ. – 2010. – 20 янв. – С. 11.
- XXI. *Богомолов Ю.* Потехе – время! // Рос. газ. – 2009. – 13 янв. – С. 11.
- XXII. *Богомолов Ю.* И не уговаривайте // Рос. газ. – 2007. – 3 апр. – С. 11.
- XXIII. *Богомолов Ю.* По кругу или по спирали?.. // Рос. газ. – 2007. – 17 апр. – С. 11.
- XXIV. *Богомолов Ю.* Будем раскручивать самых раскрученных // Рос. газ. – 2007. – 2 окт. – С. 11.
- XXV. *Богомолов Ю.* Учусь не отличать победы от поражений // Рос. газ. – 2007. – 15 мая. – С. 11.
- XXVI. *Богомолов Ю.* ТВ как средство от массовой информации?.. // Рос. газ. – 2007. – 8 мая. – С. 11.
- XXVII. *Богомолов Ю.* У каждого свой Рубикон // Рос. газ. – 2007. – 20 февр. – С. 11.

Литература

1. *Василенко Н.* Пресса и малый экран // Сов. печать. – 1966. – № 9. – С. 36–39.
2. *Богомолов А.* Поменьше смотрите телевизор! // Журналист. – 1967. – № 6. – С. 39–41.
3. *Дьяченко В.* Охота к научению – признак силы // Журналист. – 1967. – № 9. – С. 38–40.
4. *Кисунько В.* Тело покойного мужа, или нужно ли телекритике телевидение? // Телевидение и радиовещание. – 1991. – № 10. – С. 11–15.
5. *Кузнецов Г.* В двух зеркалах // Журналист. – 1996. – № 12. – С. 42–45.
6. *Петровская И.* Медиакритика: «хорошие» и «плохие» мальчики. Почему телевизионщики пытаются расширить границы допустимого // Журналистика и медиарынок. – 2003. – № 2. – С. 43–44.
7. *Шушарин Д.* Апология ящика // Культура. – 2003. – URL: <http://lib.rin.ru/doc/i/93401p.html>, свободный.
8. Секретная служба телевидения. О функциях телекритики. Круглый стол в редакции журнала «Искусство кино». – 2008. – № 4. – URL: <http://kinoart.ru/2008/n4-article13.html>, свободный.
9. *Баканов Р.* «От борзописца слышу!» Размышление о специфике медийной критики в Республике Татарстан // Журналистика и медиарынок. – 2006. – № 6. – С. 28–29.
10. *Короченский А.П.* «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – Ростов-н/Д: Междунар. ин-т журналистики и филологии, 2002. – 272 с.

11. *Короченский А.П.* Медиакритика как оценочное познание социального функционирования СМИ // Науч. ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2010. – № 18 (89), Вып. 7. – С. 204–208.
12. *Короченский А.П.* Медиакритика и медиаобразование // Высш. образов. в России. – 2004. – № 8. – С. 40–46.
13. *Кожмякин Е.А.* Медиакритика и дискурс-анализ // Науч. ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2010. – № 18 (89), Вып. 7. – С. 198–203.
14. *Баканов Р.П.* Масс-медиа глазами газет: Практические рекомендации в помощь начинающему медийному критику. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2008. – 256 с.

Поступила в редакцию
16.03.11

Баканов Роман Петрович – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Казанского (Приволжского) федерального университета.
E-mail: rbakanov@yandex.ru