

**ЖУРНАЛИСТИКА**

УДК 070:654

**ЖАНРОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ КРИТИКИ  
В ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПЕЧАТИ 2011 г.***Р.П. Баканов***Аннотация**

В статье представлены результаты жанрового анализа телевизионной критики в российских печатных СМИ за 2011 г. При многочисленности выявленных публикаций, в которых содержался анализ телевизионных передач или работы телеведущих, их авторы использовали малое количество жанров. Наше исследование показало, что самыми распространенными являлись такие жанры, как реплика, обозрение, комментарий и микрорецензия. Существует тенденция трансформации жанрообразующих признаков указанных жанров, что приводит к их сближению и взаимному проникновению.

**Ключевые слова:** телевизионная критика, жанр, печатные СМИ, газета, реплика, обозрение, комментарий, макро-рецензия, микро-рецензия.

---

Телевизионная критика как направление появилась в отечественной периодической печати немногим более пятидесяти лет назад. В предыдущих работах [1–3] мы подробно рассмотрели процесс ее становления. Телевизионная критика является частью медийной критики, причем основной ее частью. Наше понимание термина «медийная критика» совпадает с определением профессора А.П. Короченского, который первым в нашей стране начал ее исследование: «Медийная критика – особая область журналистики, которая призвана 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» [4]. В центре внимания телекритиков находятся контент телепередач, их жанры, формы подачи материала и приемы контакта с аудиторией, деятельность творческого коллектива, создающего передачи (корреспондент, оператор, режиссер, сценарист, монтажер, ведущий в студии, приглашенные гости), «повестка дня» информационных выпусков, технико-технологический аспект телевизионного вещания и другие стороны телевидения не только как вида СМИ, но и как общественного явления.

Цель нашего исследования состоит в выявлении жанрового разнообразия телевизионной критики в федеральной периодической печати 2011 г. Полноценный

анализ современного состояния медийной критики в России предполагает изучение ее отдельных аспектов, в том числе и жанрового, так как это дает возможность со всех сторон посмотреть на данное направление и сформулировать рекомендации по его дальнейшему развитию.

Эмпирическую базу нашего исследования составили 13 федеральных общественно-политических газет, из которых 12 являются печатными СМИ: «Аргументы и факты», «Аргументы недели», «Время новостей», «Известия», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Новая газета», «Труд» и «Российская газета». Одно выбранное для изучения издание, «Газета.ru», является электронным периодическим изданием, не имеющим печатного аналога. Мы сознательно исключили из перечня источников журналы, поскольку там, в силу их еженедельной или ежемесячной периодичности, есть место для детального анализа телевизионных передач или тенденций современного телеэфира. В газетах же из-за более оперативной подачи информации жанровые критерии могут трансформироваться и, кроме того, одни жанры могут использоваться чаще, другие – реже. Мы также не принимали во внимание примеры телекритики в региональных печатных СМИ, поскольку в одной из наших статей [5] уже показали ее крайне эпизодическое проявление.

Количественный состав авторов публикаций о телевидении в указанных изданиях – 24, из которых 10 человек являлись ведущими постоянных, еженедельных, тематических рубрик (колонок). Остальные авторы лишь эпизодически выступали в печати, делаясь с читателями своими рассуждениями и выводами по поводу практики вещания федеральных телеканалов.

При выполнении исследования мы использовали такие методы, как:

а) сплошной *мониторинг* указанных периодических изданий на наличие в них публикаций, содержащих анализ телепередач, работы творческого коллектива или тенденций организации практики современного вещания. Информационные материалы, в которых сообщалось о тех или иных новостях федеральных телекомпаний или о жизни телевизионного «закулисья» (они были в каждом из выбранных для изучения СМИ), нами не рассматривались;

б) *контент-анализ* выявленных статей на наличие жанровой палитры, характерной для творчества того или иного телевизионного критика;

в) *сравнительно-сопоставительный метод*, позволивший определить жанровое разнообразие телекритики в каждом из выбранных для исследования изданий и установить, какие из жанров критики использовались регулярно, какие – эпизодически, а какие жанры, возможно, по каким-либо причинам не использовались.

Ранее в нашем учебно-методическом пособии мы изучали жанровое разнообразие медийной критики 2000-х годов с точки зрения критериев, которые необходимо учитывать автору при подготовке материала в том или ином жанре [6, с. 33–129]. В настоящей статье, основываясь на установленных в той работе жанровых характеристиках, мы выявляем палитру жанров, которая наблюдалась в российской телевизионной критике 2011 г. В четырех изданиях («Аргументы недели», «Аргументы и факты», «Время новостей» и «Труд») публикаций с анализом телевизионного контента в 2011 г. не было.

Наиболее часто встречающимся жанром публикаций, содержащих телевизионную критику, в 2011 г. стала *реплика*. Из общего числа статей с анализом телеконтента (542) 207 подготовлены в данном жанре, то есть можно сказать, что это почти каждая третья газетная статья. Чаще других жанров реплика встречалась нам на страницах следующих СМИ: «Литературная газета» (80 публикаций, или 51.3% от общего количества статей, посвященных телевидению в данном издании); «Комсомольская правда» (73 случая, или 92.4% от общего объема публикаций с критикой практики функционирования современного федерального телевидения); «Независимая газета» (37 проявлений, или 77.1% от всех публикаций, содержащих телевизионную критику в данном печатном СМИ). В остальных изученных нами газетах реплика либо отсутствовала, либо ее удельный вес среди иных жанров критики был невелик.

В своих научных публикациях большинство исследователей жанров журналистики и критики [7–11] отдельно реплику как жанр не выделяют. Однако эти же авторы признают возможным рассмотрение реплики как краткой формы ответной реакции на что-либо. Толковый словарь русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой среди прочих содержит такое определение реплики: «Краткая газетная или журнальная статья как возражение, выражение несогласия с кем- или чем-нибудь» [12, с. 677]. Московский исследователь М.И. Шостак дает следующую формулировку понятия *реплика*: «Лаконичное сообщение, представляющее собой энергичное провозглашение оценочного суждения журналиста о конкретном событии или явлении социальной практики, выражающее позицию газеты и стремящееся вызвать эмоциональную реакцию читателя (и общественного мнения в целом)» [13, с. 17]. На наш взгляд, вряд ли можно согласиться с данным автором в том, что реплика «выражает позицию газеты», ведь в последние годы все чаще в печатных СМИ можно встретить следующую фразу: «Мнение авторов публикаций может не совпадать с позицией редакции».

Принимая во внимание приведенные определения понятия *реплика*, мы считаем данный жанр скорее информационным, чем аналитическим. Проводя исследование, мы опирались на ранее установленные нами критерии данного жанра [6, с. 105–120]. Перечислим их тезисно:

а) оперативность подачи информации (интервал между трансляцией телепередачи и публикацией реплики о ней в газете обычно составляет от двух до пяти дней);

б) краткость изложения темы (объем публикации включает в среднем 50–60 газетных строк);

в) автор публикации рассматривает только одну проблему, выявленную в результате ознакомления с медийным текстом;

г) субъективизм автора, выражающего только свое мнение;

д) анализ произведения замещается авторскими эмоциями, пронизывающими все его выступление;

е) из приемов подачи информации используются исключительно пересказ содержания, основных сцен телевизионных передач и/или цитирование некоторых слов их авторов или гостей;

ж) авторская аргументация в статье слабая или полностью отсутствует (по нашему мнению, критику важнее именно высказаться, чем доказать свою пози-

цию). Значительное количество реплик в телекритике 2011 г. содержали эмоции, граничащие с авторской агрессией, проявляющейся как в лексико-стилистических конструкциях текстов (I, II), так и в прямых обвинениях некоторых журналистов в некомпетентности (III).

Контент-анализ исследованных статей позволил нам сделать вывод, что в основу почти каждой реплики заложена социальная проблема, которую автор публикации выявил в результате знакомства с телевизионным контентом. Это может быть: проблема низкого творческого уровня развлекательных проектов (IV); замещение обсуждения в ток-шоу значимых проблем общества пересказом «жареных» фактов из личной жизни звезд (V); избыточность на экране сцен жестокости и убийств (VI); трансляции по телевидению неинтересной и бессмысленной информации (VII). Много было реплик, в которых речь шла о том, как авторы передач старались раскрыть тему. В основном авторам реплик не нравилась реализация творческого замысла журналистов (VIII), но были и положительные впечатления от креативности журналистских решений (IX).

Формат издания также играл роль при подготовке корреспондентами своих реплик. Если в «Литературной газете» оценка каждой передаче или работе телевизионного ведущего давалась от лица автора и в монологической форме, то в «Комсомольской правде» часто использовался прием имитации дискуссии по поводу конкретной передачи. Два корреспондента получали задание посмотреть одну передачу и оперативно дать ей оценку на страницах газеты. При этом качество анализа значения не имело. У редакции, на наш взгляд, была другая задача: репликами своих корреспондентов (тексты на сайте публиковались раньше, чем в газете) инициировать обмен мнениями о телепрограммах и персонах со стороны обычных граждан и тем самым на некоторое время привлечь их и удержать на сайте издания. Начинали обсуждение корреспонденты «Комсомольской правды», один из которых положительно отзывался о передаче, а другой – отрицательно. Для привлечения внимания аудитории использовались образные броские заголовки, фотографии или видео эпизодов передач, эмоциональность повествования, обсуждение социально-бытовых, близких каждой семье проблем, разговорный стиль подачи информации.

Помимо этого, в газете обсуждались творческие проекты только четырех ведущих федеральных телеканалов: «Первого канала», «России 1», «НТВ» и «СТС». Данные телеканалы обычно смотрит больше всего зрителей, их передачи известны аудитории, в них заняты популярные актеры. Как правило, дальше констатации одной или двух проблем, выявленных в результате просмотра передачи, авторы не заходили (X). Некоторые приемы подачи информации телевизионными критиками в «Комсомольской правде» были исследованы нами ранее (см. [14]).

Вот пример типичных реплик в данном издании (с сокращениями): «И все-таки эти фамилии не чужие мне, я что-то помню, что-то знаю, что-то слышал... Эти люди были частью моего мира и частью мира огромного числа живущих в моей стране людей. И интересно смотреть фильмы про героев тех лет именно потому, что многие из нас могут воскликнуть: “Все не так было!” А те, кто снимает и снимается в таких кино, имеют право с нами поспорить. <...> Нынешнее ТВ приучило нас к абсолютной легкости бытия. Главный посыл –

не думай, развлекайся. Мозг хоть отчасти включается, когда идет что-то историческое» (XI). Это реплика, поддерживающая тенденцию федерального телевидения ставить в эфир сериалы, повествующие о событиях прошлого.

Рядом с данной статьей была опубликована реплика второго автора, содержащая отрицательную оценку этой тенденции. Цитируем выдержки из нее: «...Продюсеры сомневаются, что зрители способны усвоить что-то сложнее... Потому и ляпают “историческое кино” по проверенным лекалам: этот персонаж – плохой, этот – хороший; эта настрадается, а у этих – отношения. Получается все та же “Ефросинья”, но в историческом антураже, с фанерными героями и ходульной драматургией. Все последние сериалы подобного рода (“Охотники за бриллиантами”, “Гастроном № 1”, “Фурцева”...) грешат этим. И ни Розанова, ни Маковецкий не спасут картину, если ее принципиально делают плоской. <...> По-настоящему удачные сериалы с “привкусом эпохи” редки настолько, что кажутся исключением. Кроме “Ликвидации” Сергея Урсуляка, сходу и вспомнить нечего» (XI).

Авторы двух этих публикаций в эмоциональной форме выражают свое личное отношение к проблеме, но не подкрепляют тезисы аргументами. Второй текст содержит попытку корреспондента ответить на вопрос «почему так происходит?», однако конкретики нет. На наш взгляд, реплика с отрицательной оценкой представляет собой пример так называемой конвергенции (смещения) жанровых признаков реплики и комментария (попытка ответить на вопрос «почему?»). Контент-анализ статей, посвященных телевизионному контенту, позволил сделать вывод о том, что в 2011 г. реплика в основном не содержала в себе характеристик других жанров. Исключение составили всего четыре публикации, в которых мы выявили также жанровые признаки комментария. Три из них опубликованы в газете «Московский комсомолец» и одна (приведенный выше пример) – в «Комсомольской правде».

Много реплик было помещено и в «Независимой газете». Их автор, Т. Пандорин, вел еженедельную рубрику «Телепузик недели», в которой награждал этим шутивным званием одного (реже двух) из известных персон, которые так или иначе проявили себя в какой-либо популярной телепередаче трех ведущих федеральных телекомпаний. Каждая реплика данной рубрики была проникнута субъективизмом (он проявлялся уже в принципах отбора материала). Чем был обусловлен выбор каждой рассматриваемой передачи? Об этом Т. Пандорин читателям не сообщал. Рубрику можно охарактеризовать так: 70 строк описания передачи. Автор, как правило, занимал позицию наблюдателя за происходящим на экране, описывая все, что попадало в кадр. Большое значение во время пересказа эпизодов придавалось иронии. Выводов не было. На наш взгляд, это был пересказ ради пересказа. Вот выдержка из одной подобной реплики Т. Пандорина, в которой звание «телепузик недели» было присуждено артисту Б. Титомиру, принявшему участие в ток-шоу «Последнее слово» («НТВ»):

«Знатная публика собралась на ток-шоу... чтобы порассуждать всем миром на актуальную тему, хавает ли пипл. <...> Первым делом дали слово... Богдану Титомиру. Очень изменился чувак – только по черным очкам и бейсболке и узнал его... стал хлипким, как Дима Билан. <...>

...В студии появился очень странный товарищ... приземисто-квадратный, с цепями на шее и в малиновом пиджаке до колен. И очень агрессивный <...> Казалось бы, показал себя – и ладно, и хорошо. Дай и остальным себя показать: сядь и закрой варежку. Однако “малиновый” сидеть не захотел. Он потопал в другой конец студии и с рыком: “Раздолбали поселок, старушку оставили без дома!” – ткнул кулаком Олега Митволя. Обалдевший экс-префект медленно поднялся – плечом к плечу рядом с ним встал Титомир. (Ну, чисто картина “Допрос партизана”!) “Малиновый” немедленно врезал и ему. Несмотря на существенную разницу в весе, Титомир не отступил – развернулся и лягнул ногой толстяка. Тот с удвоенной яростью бросился на противника... Кино, да и только! <...>

Приятно, черт побери, увидеть, что не всякий представитель нашего шоу-бизнеса – быдло. <...> Полностью согласен с репликой Лунгина “Молодец, Богдан, что защитил соседа”...» (XII).

В данной и других своих репликах Т. Пандорин использовал разговорный стиль, сленг, экспрессивные выражения, восклицательные конструкции, что позволяет нам говорить об эмоциональности его выступлений. В статьях Пандорина не обсуждались проблемы практики функционирования современного телевидения, а всего лишь выявлялась манера держаться той или иной публичной персоны в качестве гостя студии. Мы считаем, что основной целью рубрик Т. Пандорина было развлечение аудитории.

Итак, в рамках жанра реплики авторы статей кратко информировали аудиторию о своих впечатлениях, вызванных просмотром той или иной телепередачи или работой (поведением) ее ведущего или гостя. Как правило, речь шла только об одной проблеме, носящей социальный характер. Почти все авторы представляли свое видение того, как надо было бы сделать конкретную передачу, однако свое мнение не аргументировали. Вместо доказательств аудитории предлагалось эмоциональное изложение проблемы.

Мы полагаем, что преобладание жанра реплики в телевизионной критике 2011 г. нельзя считать положительным фактом, поскольку данный жанр не предусматривает глубокого, качественного критического осмысления телевизионных передач или тенденций. Конечно, эмоциональный стиль повествования может привлечь внимание читателей, настроить их на согласие с автором публикации. Однако, на наш взгляд, обилие реплик не способствует выполнению просветительской функции медиакритики, которая «получает непосредственное выражение в творческой деятельности критиков печатной и электронной прессы, направленной на формирование в обществе медийной культуры, отражающейся в отношении публики к печатной и электронной прессе, в степени развитости у аудитории навыков самостоятельного разбора и оценки содержания СМИ» [4].

Периодически в СМИ появляются негативные высказывания в адрес телекритиков с тем подтекстом, что они не могут создать никаких высокорейтинговых передач, потому и пытаются критиковать работу других, не имея на это морального права (XIII, XIV). По нашему мнению, при публичном обсуждении любого медийного текста или работы журналиста, при выявлении тенденций функционирования массмедиа в современных условиях необходимо аргументировать каждый тезис и приводить для подтверждения конкретные примеры.

Иначе конфликты между телевизионными практиками и телевизионными критиками продолжатся, что не прибавит авторитета ни телекритике, ни медиакритике в целом.

Следующим регулярно встречавшимся в телевизионной критике 2011 г. жанром было *обозрение*. 139 публикаций, содержащих анализ функционирования телекомпаний, были созданы в данном жанре. Чаще других изданий к обозрению обращались авторы «Коммерсанта» (46 раз, что составляет 8.4% от общей численности публикаций с критикой телевидения в 2011 г.). Значительное количество телеобзрений мы зафиксировали в «Российской газете» (37, или 6.8%). Третье место заняла газета «Московский комсомолец», в которой обзоры печатались 27 раз (4.9%). Жанр не был выявлен нами в телекритике «Комсомольской правды», «Известий» и «Новой газеты». Принимая во внимание газетный формат, телекритики в основном готовили оперативные мини-обозрения.

В отличие от реплики, обозрение телевизионных тенденций в печатных СМИ 2011 г. содержало в себе признаки других жанров. Данное явление – следствие происходящих в журналистике изменений. Тенденцию взаимного проникновения жанровых характеристик еще в середине 70-х годов XX в. отмечала В.В. Ученова. По ее мнению, этот процесс способствует взаимному обогащению жанров, «жанровая диффузия» является объективным результатом усложняющихся отношений человека с окружающим миром, поскольку отражает изменения, происходящие в сознании творца. Взаимопроникновение элементов одних жанров в другие способствует внутренним преобразованиям, происходящим в публицистических текстах. Процесс «пересмотра» жанровых границ привел к тому, что некоторые жанры (отчет, интервью, корреспонденция, репортаж) перестали жестко атрибутироваться только как информационные или аналитические [15, с. 24–26; 9]. Конвергенция жанров производится и в целях повышения уровня восприятия журналистских текстов аудиторией.

В телевизионной критике 2011 г. мы выявили следующие модификации жанра *обозрение*:

- обозрение с элементами комментария (133 статьи);
- обозрение с элементами эссе (3 работы);
- обозрение с элементами рецензии (2 публикации);
- обозрение с элементами рецензии и комментария (1 статья);
- обозрение в чистом виде (не было выявлено).

Профессор Воронежского государственного университета Л.Е. Кройчик считает обозрение исследовательским жанром, в котором акцент делается не на констатации и описании фактов или явлений, а на «логически-рациональном их анализе»: «В центре повествования оказывается система рассуждений публициста, подчас подчеркнута абстрагирующегося от используемых им фактов» [9]. В свою очередь, такие ученые, как А.А. Тертычный [10], М.Н. Ким [8], Д.В. Туманов [11, с. 192–197], относят обозрение к группе аналитических жанров журналистики. Сопоставив подходы указанных исследователей с точки зрения жанровых признаков, можно сказать, что характеристики «исследовательский» и/или «аналитический» для жанра обозрение являются синонимичными.

В 2011 г. телекритики наиболее часто писали обозрения, в которых содержался анализ телевизионных передач за прошедшую неделю. Эпизодически

можно было прочесть обозрения телеэффира за минувший месяц. Тематика публикаций в основном зависела от того, что было главным на основных федеральных телеканалах («Первом канале», «России 1» и «НТВ») за последние семь дней. Но авторы публикаций, понимая, что в рамках небольшого газетного объема рассказать обо всем, что было в телеэффире, невозможно, выбирали в качестве предмета изучения узкие направления (например, однообразие новогодних передач (XV); проблема исторической достоверности в телесериалах и художественных фильмах (XVI); повышение рейтинга за счет показа человеческих пороков (XVII); паразитирование на имени известных артистов, на их судьбах и славе (XVIII) и т. д.).

Чаще других телекритиков жанр обозрения использовали Ю. Богомолов («Российская газета»), А. Бородина («Коммерсантъ») и А. Мельман («Московский комсомолец»). Если в своих статьях А. Бородина, пользуясь данными социологических компаний, пыталась ответить на вопросы, чем телезрителей привлекает та или иная передача и почему разнятся телевизионные предпочтения жителей Москвы и других городов, то обозреватели Ю. Богомолов и А. Мельман готовили публикации по результатам своих наблюдений за телеэффиром. В работах трех авторов постоянно присутствовали сопоставления фактов, сравнения показанного на экране с реальной действительностью, попытки сформулировать ту или иную тенденцию, характерную для современного телевизионного вещания.

Статьи Ю. Богомолова и А. Мельмана в большей степени проникнуты субъективизмом, чем произведения А. Бородиной. Для автора газеты «Коммерсантъ» важнее были факты, их сопоставление, выявление закономерностей. Эмоций нами не выявлено. Значительно больше было их у телеобозревателей «Российской газеты», «Московского комсомольца», «Литературной газеты». Мы считаем, что их основной творческий метод можно сформулировать так: через выявление закономерностей современного телевещания, во-первых, показать аудитории его основные проблемы и, во-вторых, указать на болевые точки нашего общества, равнодушно потребляющего телевизионные передачи, но не предпринимающего усилий для улучшения ситуации. В этой связи отметим, что большинство деталей, фактов и тенденций, попадающих в поле зрения телевизионных критиков, носило социальный характер.

Таково, например, обозрение с элементами комментария Ю. Богомолова, опубликованное в «Российской газете» (XIX). На фоне невыразительного (по словам Богомолова) августовского телевизионного репертуара обратили на себя внимание два фильма о В. Цое. Критик сформулировал первоначальную проблему так: «Спустя год ТВ решило вспомнить о 20-летию со дня гибели Виктора Цоя». Выявив проблематику фильмов, Ю. Богомолов не стал детально анализировать их. Вместо этого он посмотрел, какие еще передачи федеральных телеканалов на неделе были посвящены памяти музыканта. Выяснив, что «более ничего», телекритик приступил к традиционному для своего творческого метода обобщению и задался вопросом: кому и для чего сегодня нужен Цой?

Мы считаем, что данная публикация содержала в себе признаки двух жанров журналистики и критики: обозрения и комментария. Из черт обозрения здесь присутствуют: краткое представление своих впечатлений от передач, объединенных

одной темой (фильмы о В. Цое); попытка выявить общие проблемы в этих фильмах; стремление к постижению творческого замысла их авторов, но без выявления и анализа художественных достоинств и недостатков произведений; обобщение полученных выводов и постановка социальной проблемы, претендующей на всеохватность («кому и для чего сегодня нужен Цой?»).

Комментарий находился в заключительной части публикации. Его предназначение состояло в ответе на вопрос «почему так происходит?». Автор статьи на основе собственного мировоззрения и накопленного исторического опыта приходит к выводу, что в конце 80-х его песни стали протестом: «по крайней мере на молодежном уровне». После того как его жизнь оборвалась, бард стал легендой. На наш взгляд, комментарий подчеркивает, актуализирует социальную проблему: «Вот из этой картины понятно, отчего сегодня Цой отнюдь не объект ностальгии, но субъект, заново и столь же остро чувствующий тупики абсурда нашего времени. Снова пора сажать “алюминиевые огурцы на брезентовом поле”. Просто тот Цой пришел дать волю нашим инстинктам в пору единения людских масс. Этот Цой живет и сострадает нам на фоне их разобщения. И оттого теперь, как никогда, актуальны именно его ранние песни о бездельниках. “Нет меня дома целыми днями: Занят бездельем, играю словами Каждое утро снова жизнь свою начинаю И ни черта ни в чем не понимаю”. Двадцать лет остались за поворотом, и дети тех детей, что требовали перемен, опять ничего не понимают» (XIX). Мы считаем, что данный краткий комментарий, хоть и являющийся частным мнением, представляет собой попытку поставить социальный диагноз современному российскому обществу, в котором, как и 20 лет назад, очень мало социальных ориентиров.

Обозрения с признаками комментария также характерны для творчества телекритика газеты «Московский комсомолец» А. Мельмана. Определив главные, на его взгляд, передачи, вышедшие в эфир на прошедшей неделе на трех основных федеральных телеканалах, критик, в отличие от И. Петровской («Новая газета») или А. Кондрашова («Литературная газета»), не давал кратко переказа содержания программ, не цитировал основных реплик главных героев или гостей студии. Мельман пытался понять: чем та или иная передача может понравиться зрителям, в чем феноменальность каждого из выбранных им для анализа произведений? Какие функции передачи в себе несут? Вот, например, его рассуждение, опубликованное через несколько дней после праздничного телеэфира ко Дню Победы:

«Парад – это всего лишь символ, не более. Символ из прошлого. Пусть так. Мы цепляемся за это из последних сил, чтобы не расколоться окончательно. Нам как воздух необходимо такое зрелище, пусть даже показушное.

Но то, что от этой войны мы отходим все дальше и дальше, продемонстрировала праздничная телепрограмма. <...> Современные фильмы, даже лучшие из них, все-таки технологичны, картонны. Чего же не хватает? Души, нежности... Той самой нерастраченной нежности, которая была еще у Станислава Ростоцкого, Григория Чухрая, Бориса Васильева, Василя Быкова... Они прошли жестокую схватку, они убивали, чтобы отстоять Родину. А нежность осталась. И у следующего поколения, не воевавшего, тоже это еще было. А сейчас все меньше и меньше.

Скоро совсем не будет. Получится Вторая мировая как факт истории, как повод сделать героический боевик...» (XX).

Перед нами авторская интерпретация главной темы телеэфира прошедших семи дней – военной. Мы видим, что телекритик, опираясь на собственные наблюдения, формулирует тенденцию постепенного ухода из памяти людей послевоенных поколений понятия «война» как глобального и трагичного явления. Почему снова и снова в эфире только старое отечественное кино о войне? Почему его смотрят? Потому что «современные фильмы, даже лучшие из них, все-таки технологичны, картонны». Нам предложена не цепь фактов (выход в эфир конкретной телепередачи), а цепь размышлений. А. Мельман сделал пессимистичный вывод: скоро войну забудут и будут воспринимать ее только как повод заработать деньги.

Мы считаем, что в приведенной выше цитате телекритик не только отвечает на вопрос, «почему популярен данный контент», но и делает набросок к портрету современного общества потребителей, в котором даже история рано или поздно становится товаром. Автор публикации ставит свой «диагноз» обществу. Таким образом, своей субъективностью, конкретизацией социальных проблем, желанием не констатировать факты, а формулировать тенденции, переходить от частных случаев к обобщению и показу типичных ситуаций всероссийского масштаба А. Мельман привнес в данную статью признаки такого художественно-публицистического жанра, как эссе. Такая практика в творчестве телекритиков в 2011 г. была эпизодической.

Признаки жанра эссе мы выявили и в творчестве С. Тарошиной, телекритика «Новой газеты» и сетевого издания «Газета.ру». Сочетался он с такими жанрами, как обозрение и комментарий. Вот, например, впечатление критика от просмотра телепередач второй половины августа 2011 г.: «В эти дни все телевидение (кроме канала «Культура») активно поработало на коллективную амнезию. <...> Верстка новостей в День государственного флага, как, впрочем, и в другие дни нашей жизни, убеждала в торжестве идей ГКЧП с его ставкой на неподвижность, несменяемость генерального курса. Так мог бы выглядеть телевизионный день в августе 73-го или 85-го» (XXI).

Аудитории было предложено авторское размышление, основанное на субъективном восприятии телекритиком контента федеральных телекомпаний. Тарошину в данном случае интересовали не сами телепередачи, а контекст, в рамках которого они выходили в эфир. В заключение статьи обозреватель также попыталась поставить «диагноз» современному обществу. С. Тарошина, по ее словам, «набрела» на фильм «Груз 200», в котором увидела символ: «Мать главного героя, мента-маньяка Журова, неотрывно смотрит телевизор». Ее вывод: «Атмосфера вселенского равнодушия на фоне вечно включенного телевизора, неутомимо производящего счастье, – лучшая метафора не только советской, но и постсоветской цивилизации. Меняются только имена тех, кто этим занят» (XXI).

Итак, в практике телевизионной критики в федеральных печатных СМИ 2011 г. обозрение являлось часто используемым авторами статей жанром. Все обозрения, как правило, были посвящены одной (реже двум) социальной проблеме, освещаемой по телевидению, и не превышали 200 газетных строк. Данный объем, на наш взгляд, не позволял телекритикам делать подробный анализ

социальных проблем, которые были ими сформулированы во время ознакомления с телевизионным контентом. Поэтому отсутствие возможности рассказать обо всех интересных передачах, вышедших в телеэфир на минувшей неделе, компенсировалось эмоциональностью повествования, применением средств художественной выразительности, а также личностным восприятием каждого медиатекста, использованием в обзорах признаков других жанров критики (рецензии, комментарий, эссе). Аудитории предлагался не пересказ телепередач (хотя подробности основных эпизодов обычно присутствовали), а впечатления от телеконтента и выводы телекритиков. Мы считаем, что так было сделано потому, что телевизионная критика наряду с другими направлениями должна была привлекать внимание читателей и работать на общий рейтинг издания. А его можно повысить в частности за счет подачи оригинальных точек зрения экспертов.

Третьим по количеству публикаций жанром газетной телекритики 2011 г. стал *комментарий*. Он был использован в 125 случаях, когда авторы публикаций делали анализ телепередач или тенденций вещания федеральных телекомпаний. Как и в случае с репликой или обзором, общий показатель комментария за год значителен – почти 23.1% объема всей телевизионной критики 2011 г. Данный жанр использовался для оперативного разъяснения конкретных фактов или ситуаций, связанных с практикой функционирования федеральных телекомпаний. Авторами комментариев стали не только ведущие свои рубрики газетные телекритики, но и эксперты-юристы, психологи, социологи, политологи, медики, искусствоведы. Их авторитетные мнения и выводы должны были придать значимость публикациям и работать на повышение доверия к ним как со стороны обычных читателей, так и среди работников телекомпаний.

Комментарий занял значительное место в телевизионной критике автора сетевого издания «Газета.ру» С. Тарошиной: 27 (то есть 75%) из 36 ее статей содержали в себе жанровые признаки комментария. В творчестве того же автора в «Новой газете» за 2011 г. случаев использования данного жанра выявлено также много – из 22 статей комментариев и в чистом виде, и с признаками других жанров встретился нам в 18. К комментарию регулярно обращалась И. Петровская как в «Известиях» (3 статьи из 3 опубликованных в начале 2011 г. до ее перехода в «Новую газету»), так и в «Новой газете» (30 из 43, что составляет 69.7% всего объема публикаций с анализом практики вещания и тенденций функционирования федеральных телекомпаний). В данном жанре писали такие телекритики, как А. Мельман из «Московского комсомольца» (16 публикаций), А. Кондрашов и другие авторы «Литературной газеты» (17 статей) и Ю. Богомолов из «Российской газеты» (10 работ).

Как и обзор, в телекритике 2011 г. комментарий эпизодически вбирал в себя признаки некоторых других жанров. Мы выявили:

- комментарий в чистом виде (110 статей);
- комментарий с элементами рецензии (8 публикаций);
- комментарий с элементами рецензии и обзора (1 статья);
- комментарий с элементами эссе (4 работы);
- комментарий с элементами эссе и репортажа (2 статьи).

В телевизионной критике в печатных СМИ 2011 г. авторы, выступающие в данном жанре, анализировали многочисленные актуальные события, происходящие в мире телевидения, и высказывали свое отношение к ним. Что попадало в поле зрения аналитиков? Например, очередное переформатирование телекомпании «Петербург – пятый канал» (XXII); засилье развлекательных телепередач как способ отвлечения людей от социальных проблем (XXIII); проблема лжи в информационных программах (XXIV); поведение ведущей информационного выпуска телеканала «РЕН» (XXV); случаи нарушений профессиональной этики журналиста (XXVI); причины закрытия той или иной телепередачи в интерпретации ее ведущего (XXVII); ложный патриотизм на телеэкране (XXVIII) и т. д. Каждая из освещаемых проблем подавалась как социально значимая и, за редким исключением, отрицательно характеризующая практику вещания федерального телевидения. На наш взгляд, ценность данных публикаций заключалась именно в оперативной авторской интерпретации фактов или явлений, оригинальности взгляда телекритиков на предмет исследования. Мы считаем, что целью всех рассуждений является побуждение читателей на основе предложенных критиками аргументов и позиций сделать собственные выводы в отношении обсуждаемых фактов, явлений или тенденций.

Наше предположение подтверждает исследователь Л.Е. Кройчик: «Стержневой доминантой жанра выступает рассуждение по тому или иному поводу. Подчеркнутая субъективность стиля, с одной стороны, как бы снижает претензии на справедливость оценок, а с другой – предлагает аудитории (соглашаясь или не соглашаясь с позицией публициста) самой сделать определенные выводы» [9].

Другой исследователь, А.А. Тертычный, считает, что современный комментарий преследует такие цели: «Направлять внимание аудитории на важные новые факты, выходящие на первый план общественной жизни, оценивать их; ставить комментируемое событие в связь с другими, выявлять причины этого события; формулировать прогноз развития комментируемого события; обосновывать, как правило с помощью примеров, необходимые способы поведения или решения задач» [10].

Если мы обратимся к практике телевизионной критики 2011 г., то увидим, что в большинстве статей авторы выполняли только первые две цели и не делали прогнозов развития комментируемых событий. На наш взгляд, это связано, во-первых, с форматом газет, в которых из-за небольшого объема (обычно комментарий занимал около 110 строк) у критиков не было возможности дать обстоятельную оценку комментируемому событию. Во-вторых, современные реалии таковы, что из газет постепенно уходит авторская мысль, которая замещается эмоциями. Таким образом, мы считаем, что под влиянием формата конкретного печатного СМИ на творчество телекритиков комментарий как жанр стал постепенно мельчать.

Контент-анализ статей, выполненных в жанре комментария, показал, что все они состояли из двух частей. В первой части авторы много внимания уделяли пересказу основных эпизодов анализируемой телепередачи или описывали проблемную ситуацию. Во второй части публикации телекритики, отталкиваясь от изложенного выше, представляли анализ сложившейся ситуации, выявляли причинно-следственные связи фактов, явлений, а также, обобщив материал и

получив в результате новые данные, пытались сформулировать тенденции, характерные для практики вещания современных федеральных телекомпаний. Как отмечает Д.В. Туманов, при написании комментария «перед журналистом встает как бы триединая задача: во-первых, увидеть проблему в широком социальном контексте; во-вторых, увидеть ее глазами всех заинтересованных лиц; в-третьих, определить ее место в ряду социальных приоритетов» [11, с. 178]. Авторы публикаций делали выводы, но поверхностные, предоставляя тем самым право каждому читателю на основании предложенного анализа и аргументов сделать самостоятельные выводы о проблемах телевидения.

На фоне большой численности реплик, обзоров и комментариев нас удивил факт незначительного присутствия в телекритике 2011 г. такого жанра, как *рецензия*. Мы выявили всего 44 публикации, выполненные в данном жанре (всего 8.1% общего объема статей с оценкой практики телевещания в 2011 г.). Именно в данном жанре у авторов есть возможность сделать всесторонний анализ телепередач, подробно исследовать творческий замысел создателей произведения и его воплощение на экране, уровень актуализации и освещения социальных проблем, применяемые средства художественной выразительности, работу каждого члена творческого коллектива (режиссера, сценариста, корреспондента, оператора, монтажера, модератора и др.), выявить профессиональные роли телевизионных ведущих и гостей студии и т. д. Словом, только исследовав множество структурных элементов медийного произведения, можно дать полную, аргументированную оценку работе его авторов.

Исследователи жанров [7–11, 16] сходятся во мнении, что назначение рецензии состоит в том, чтобы дать аргументированное истолкование и оценку исследуемому творческому произведению. Некоторые из теоретиков журналистики (см. [10; 11, с. 204]) выделяют два вида рецензии. Первый вид – рецензия, оценивающая произведения, в которых современная действительность отражается преимущественно средствами теоретического знания. Второй вид – рецензия на произведения искусства. В газетной телевизионной критике распространен второй вид рецензии.

На основе проведенного контент-анализа публикаций о телевидении мы, опираясь на работы А.А. Тертычного [10] и Д.В. Туманова (см. [11, с. 207]), считаем, что выявленные рецензии можно разделить на два подвида: *макрорецензию*, авторы которой комплексно исследовали телепередачи как сложное произведение творческого коллектива, и *микрорецензию*, где в малых по объему публикациях выявлялось только самое основное в передаче: новизна информации, качество освещения социальных проблем, уровень гостей студии, работа журналиста или модератора ток-шоу. Основной задачей микрорецензии, на наш взгляд, является составление впечатления о телепередаче на основе изучения всего одной или двух ее сторон.

В телекритике 2011 г. два указанных подвида рецензии были представлены не одинаково. Макрорецензия (или рецензия без признаков других жанров) была нами выявлена в 19 случаях (всего 3.5% общего объема телекритики в 2011 г.). Авторы статей всесторонне оценивали телевизионные произведения, приводили примеры из передач, аргументировали свои точки зрения (XXIX–XXXI). Эпизодичность появления в газетах развернутых рецензий мы можем объяснить их

большим объемом, который далеко не всегда может быть выделен изданием под такого рода статью, и неизбежной в таких случаях академичностью стиля изложения фактического материала, что часто вступает в противоречие с форматом большинства общественно-политических федеральных газет, стремящихся представлять оперативную информацию, которая не заставляет думать аудиторию. Не случайно 18 из 19 макрорецензий были опубликованы в «Литературной газете» и одна – в сетевом издании «Газета.ру» (XXXII).

Авторы микрорецензий оценивали телепередачи всего по одной или двум характеристикам: главным образом это были правдоподобность сюжета, его драматургия, творческое мастерство создателей передачи или игра актеров в сериале. В отличие от реплик, авторы которых часто эмоционально выражали свое отношение к телепередачам по принципу «нравится/не нравится», телекритики, писавшие микрорецензии, хотя и в тезисном виде, но аргументировали свои точки зрения. По утверждению А.А. Тертычного, в микрорецензии «мысль критика должна быть краткой, емкой, максимально точной» [10].

Всего в практике телекритики 2011 г. мы выявили 25 микрорецензий (одна из них содержала еще и жанровые признаки комментария). Как и в случае с публикацией макрорецензий, больше всего микрорецензий было отмечено в «Литературной газете» (15 статей). Пять работ было помещено в «Комсомольской правде», две в «Московском комсомольце», по одной в «Независимой газете», «Новой газете» и сетевом издании «Газета.ру». Поводом к написанию каждой микрорецензии стала премьера той или иной телепередачи или телесериала (XXXIII–XXXV).

Итак, в телевизионной критике в печатных СМИ 2011 г. основными были четыре жанра: реплика, обозрение, комментарий и рецензия. Совокупный объем всех публикаций, содержащих анализ практики вещания телекомпаний, выполненный в указанных жанрах, составляет 95% (515 статей). Остальные 5% (27) публикаций были созданы в таких жанрах, как статья (9 работ), творческий портрет (6), мини-эссе (5), отчет (2), версия, зарисовка, эпитафия, некролог, журналистское расследование (по одной). Самое большое разнообразие жанров нами выявлено в «Литературной газете» (13 разновидностей включая публикации с признаками разных жанров на 156 статей с анализом телеконтента); второе место со значительным отрывом занимает сетевое издание «Газета.ру» (9 жанров и их модификаций на 36 публикаций с анализом практики вещания федеральных телекомпаний).

В результате проведенного анализа мы пришли к следующим выводам.

Телевизионная критика как направление в российской журналистике 2011 г. имела разнообразную жанровую палитру. Здесь были представлены все три существующие группы жанров журналистики: художественно-публицистическая (рецензия, зарисовка, творческий портрет, мини-эссе), аналитическая (комментарий, обозрение, эпитафия, журналистское расследование, статья, реплика), информационная (некролог, отчет). Однако тот факт, что подавляющее большинство работ выполнено всего в четырех жанрах (реплика, обозрение, комментарий и рецензия), на наш взгляд, говорит о том, что: во-первых, пишущие о телевидении авторы постепенно перестают искать новые способы и формы подачи материала; во-вторых, такая практика, возможно, устраивает руководство редакций газет,

которое в первую очередь заботится о рейтинговых показателях каждой публикации (чем выше они будут, тем дороже можно продать рекламу). От каждого телекритика в современных условиях газетного бизнеса требуется не утяжелять свои статьи рассуждениями, а развлечь аудиторию, то есть представить ей то, что она сама по разным причинам не сумела увидеть в передаче или сериале.

Сложившаяся ситуация продолжает оказывать влияние на трансформацию жанров. С газетных полос на рубеже XX – XXI вв. постепенно сошли обстоятельные эссе, рецензии и обзоры, которые по своему назначению могут не развлечь, а утомить массовую аудиторию. В телевизионной критике 2011 г. мы не нашли обзоров и эссе в чистом виде, крайне редко нам попадались рецензии, статьи и творческие портреты работников телекомпаний. Публикациям, заставляющим аудиторию думать, практически нет места в массовых изданиях. Они остались только в специализированных тематических журналах для узкой целевой аудитории (например, «Искусство кино», «Журналист» и некоторых других), которые дороги в подписке и не продаются в киосках.

В этой связи жанровое смешение становится приемом, позволяющим удержать аудиторию и привлечь новых читателей. В условиях рутинной работы, когда от каждого телекритика один раз в неделю требуется оперативный анализ телевизионного контента, разумное сочетание, например, жанровых признаков обзора и комментария, обзора и рецензии с неизменной субъективностью и эмоциональностью повествования может найти отклик у аудитории. Телекритикам, как и журналистам вообще, приходится работать в условиях жесткого цейтнота: федеральный телеэфир расширяется, а объем газетной колонки критика, составляющий в среднем около 200 газетных строк, неизменен. Мы считаем, что в настоящее время газетный бизнес продает не аргументированный экспертный анализ той или иной телепередачи, а всего лишь субъективные впечатления критика от нее. У нас есть опасение, что дальнейший процесс взаимного проникновения жанровых критериев приведет к еще большей поверхностности в деятельности телевизионных критиков. Они продолжают развлекать аудиторию, а не просвещать ее, показывая примеры корректного и аргументированного анализа медийного продукта.

То, что наиболее часто используемым жанром в телекритике 2011 г. стала реплика, на наш взгляд, является опасным симптомом дальнейшего снижения уровня анализа медиатекстов. С одной стороны, хорошо, что газеты регулярно публикуют эмоциональные краткие впечатления от передач или сериалов: свою точку зрения относительно увиденного может высказать каждый желающий. С другой стороны, отсутствие аргументации вряд ли заставит тележурналистов принять во внимание такие публикации. Может усилиться их недовольство состоянием телевизионной критики, что, возможно, приведет к еще большему антагонизму (в том числе и публичному) между практиками и критиками. Смогут ли аналитики телеконтента достойно отвечать на обвинения в свой адрес? Если обсуждение телепередач и дальше будет проводиться по принципу «нравится/не нравится», то, мы полагаем, ответ будет отрицательным.

Регулярное использование небольших по объему публикаций при отсутствии в них аргументации со стороны авторов-критиков, по нашему мнению, отрицательно сказывается и на реализации просветительской функции телекритики.

«Подобно художественной критике, медиакритика участвует в формировании эстетического опыта массовой аудитории, ее способности оценивать содержание и форму медийных произведений через призму требований эстетики», — пишет А.П. Короченский [4]. Читая реплики, массовая аудитория при желании не сможет получить пример конструктивного анализа медийных текстов. Мы убеждены: сила телекритики, как и критики вообще, в аргументах.

Таким образом, постепенное снижение в газетной телекритике количества таких жанров, как рецензия, обозрение, творческий портрет, и замена их краткими сообщениями свидетельствуют о том, что данное направление в федеральных газетах является одним из инструментов медийного бизнеса по привлечению рекламодателя и, если удастся, дополнительной аудитории.

### Summary

*R.P. Bakanov. A Variety of Genres of Television Criticism in Federal Press in 2011.*

The article presents results of a genre analysis of television criticism in Russian printed media for the year 2011. Despite a large number of the revealed publications, containing the analysis of TV programs and TV presenters, their authors used a small number of genres. Our research has shown that such genres as remark, review, commentary and microreview were the most popular. There is a tendency towards transformation of the criteria of the said genres resulting in their convergence and mutual penetration.

**Key words:** television criticism, genre, printed media, newspaper, remark, review, commentary, macroreview, microreview.

### Источники

- I – *Садовская И.* Голые и ужасные // Лит. газ. – 2011. – 16 февр. – № 6–7. – С. 10.
- II – *Садовская И.* Враги // Лит. газ. – 2011. – 30 марта. – № 11–12. – С. 10.
- III – *Хорт А.* По сведениям сарафанного радио // Лит. газ. – 2011. – 2 марта. – № 8. – С. 10.
- IV – *Садков П.* Ни рыбы, ни жизни... // Комсомольская правда (КП). – 2011. – 17 марта. – С. 23.
- V – *Кальнина О.* Зачем говорить, когда говорить не о чем? // КП. – 2011. – 16 апр. – С. 18.
- VI – *Скойбеда У.* Почему ТВ играет в ящик? // КП. – 2011. – 14 дек. – С. 22.
- VII – *Садков П.* Тамада Джек Воробей // КП. – 2011. – 22 нояб. – С. 22.
- VIII – *А. К.* Человек рассеянный // Лит. газ. – 2011. – 25 мая. – № 21. – С. 10.
- IX – *Садков П.* Почему «Бригада» роднее «Глухаря»? // КП. – 2011. – 25 мая. – С. 22.
- X – *Пономарев С., Ефимов С.* Им форму новую дадут (от-кутю), научат бить из автомата (очень гламурно) // КП. – 2011. – 9 окт. – С. 22.
- XI – *Садков П., Ефимов С.* Кому клюкву для Брежнева и песни застоя? // КП. – 2011. – 30 нояб. – С. 23.
- XII – *Пандорин Т.* Титомир призвал «пипл не хавать» // Независимая газ. – 2011. – 10 июня. – С. 18.
- XIII – *Александр Цекало* написал открытое письмо-роман телекритикам // КП. – 2009. – 14 дек. – С. 13.
- XIV – *Пухнавцев О.* Аркадий Мамонтов: «Им нужна кровь» // Лит. газ. – 2012. – 1 февр. – № 4. – С. 10.
- XV – *Богомоллов Ю.* Плюемся, но смотрим // Рос. газ. – 2011. – 11 янв. – С. 11.

- XVI – *Богомолов Ю.* Завещательный голос // Рос. газ. – 2011. – 17 мая. – С. 11.
- XVII – *Петровская И.* «Пусть течет кровь из носу в мире шоу-бизнесу!» // Новая газ. – 2011. – 25 марта. – № 31. – С. 7.
- XVIII – *Богомолов Ю.* Горы, рождающие мышей // Рос. газ. – 2011. – 29 нояб. – С. 11.
- XIX – *Богомолов Ю.* На круги своя?.. // Рос. газ. – 2011. – 16 авг. – С. 11.
- XX – *Мельман А.* Теленеделя с Александром Мельманом. Неизвестная война // Моск. комсомолец. – 2011. – 12 мая. – С. 8.
- XXI – *Тароцина С.* Телевидение счастья и амнезии // Газета.ру. – 2011. – 23 авг. – URL: <http://www.gazeta.ru/column/taroschina/3742693.shtml>, свободный.
- XXII – *Тароцина С.* Пятый канал: картина маслом // Газета.ру. – 2011. – 18 янв. – URL: <http://www.gazeta.ru/colu-mn/taroschina/3495654.shtml>, свободный.
- XXIII – *Мельман А.* Таблетка счастья // Моск. комсомолец. – 2011. – 28 янв. – С. 8.
- XXIV – *Тароцина С.* Мутный плюрализм // Газета.ру. – 2011. – 15 марта. – URL: <http://www.gazeta.ru/column/taroschina/3555717.shtml>, свободный.
- XXV – *Мельман А.* Аргументы и «факи» // Моск. комсомолец. – 2011. – 24 нояб. – С. 8.
- XXVI – *Поюровский Б., Ушаков А.* Дождались – дорвались! // Лит. газ. – 2011. – 19 янв. – № 1. – С. 10.
- XXVII – *Кургинян С.* Как это было // Лит. газ. – 2011. – 26 янв. – № 2–3. – С. 10.
- XXVIII – *Богомолов Ю.* Кому сказать спасибо, что живой?.. // Рос. газ. – 2011. – 1 февр. – С. 11.
- XXIX – *Пухнавцев О.* Юмор среднего класса // Лит. газ. – 2011. – 2 февр. – № 4. – С. 10.
- XXX – *Рогоцкая С.* Что раскручивает «Карусель»? // Лит. газ. – 2011. – 16 марта. – № 9. – С. 10.
- XXXI – *Ванина Е.* «Дорогой мой человек» подешевел // Лит. газ. – 2011. – 20 апр. – № 15. – С. 10.
- XXXII – *Тароцина С.* Война еще не кончилась // Газета.ру. – 2011. – 21 июня. – URL: <http://www.gazeta.ru/column/taroschina/3670797.shtml>, свободный.
- XXXIII – *Попов В.* Нормальные белые, нормальные красные // Лит. газ. – 2011. – 11 мая. – № 19. – С. 10.
- XXXIV – *Ефимов С.* Даос в России больше, чем даос // КП. – 2011. – 4 июля. – С. 22.
- XXXV – *Мельман А.* Две правды // Моск. комсомолец. – 2011. – 4 марта. – С. 8.

### Литература

1. *Баканов Р.П.* Телевизионная критика в отечественной печати 1960–1980 годов: становление направления // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2008. – Т. 150, кн. 4. – С. 116–129.
2. *Баканов Р.П.* Роль телекритики в процессе повышения медиакомпетентности личности (филологический аспект) // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2009. – Т. 151, кн. 5, ч. 2. – С. 273–281.
3. *Баканов Р.П.* Медийная критика на страницах газет Республики Татарстан // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2009. – Т. 151, кн. 5, ч. 1. – С. 74–85.
4. *Короченский А.П.* «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – URL: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23>, свободный.
5. *Баканов Р.П.* Медиакритика в Татарстане: первые опыты // Тонус. – 2005. – № 11. – С. 42–45.

6. *Баканов Р.П.* Масс-медиа глазами газет: Практические рекомендации в помощь начинающему медийному критику. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2008. – 256 с.
7. *Васильева Л.А.* Делаем новости! – М.: Аспект Пресс, 2003. – 190 с.
8. *Ким М.Н.* Технология создания журналистского произведения. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2011. – 320 с.
9. *Кройчик Л.Е.* Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – URL: <http://evartist.narod.ru/text5/64.htm>, свободный.
10. *Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2000. – URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm>, свободный.
11. *Туманов Д.В.* Творим золотым пером: мастер-класс для начинающих журналистов. – Казань: Отечество, 2000. – 271 с.
12. *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
13. *Шостак М.И.* В жанре реплики // Журналистика и медиарынок. – 2004. – № 10. – С. 17–25.
14. *Баканов Р.П.* Медиакритика в российских СМИ: специфика развития // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., 21–23 окт. 2010 г. – Казань: Казан. ун-т, 2010. – С. 342–350.
15. *Ученова В.В.* Современные тенденции развития журналистских жанров // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 1976. – № 4. – С. 17–26.
16. *Царева О.И.* Об отзыве. Сочинение о литературном произведении: отзыв или рецензия? – URL: <http://msalisa.ru/otziv>, свободный.

Поступила в редакцию  
18.06.12

---

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