

УДК 070:004.738.5]:304.9 (477)

Медіакритика в Україні: тенденції та перспективи розвитку

Алла МИКОЛАЄНКОканд. н. із соц.
комунік., ст. викладачКиївський національний
університет культури
і мистецтввул. Є. Коновальця, 36
01133, Київ, Україна

e-mail: alla-mykolaenko@ukr.net

ORCID ID 0000-0003-2869-8140

Web of Science Researcher ID
Q-4521-2019

© Миколаєнко А., 2020

Нині з огляду на інтенсивність розвитку сучасного інформаційного простору та потреби критики ЗМІ актуальним є вивчення тенденцій та перспектив розвитку медіакритики в реаліях України.

З метою аналізу різних напрямів медіакритики в статті проаналізовано функціонування та специфіку основних видань, їх суспільну роль. У статті використано системний метод, а також методи порівняння, аналізу й синтезу.

Розглянуто діяльність провідних українських медіакритичних видань, проаналізовано особливості їх контенту та масштаби впливу на читацьку аудиторію. На основі видань «Медіакритика», «Телекритика», «MediaSapiens», «Detector Media», «Media Lab», «MBR (Media Business Reports)» охарактеризовано специфіку спеціалізованої медіакритики. У статті також проаналізовано особливості популярної медіакритики, представлені блогами та матеріалами читачів.

Наголошено, що роль медіакритики в Україні відрізняється від європейської та американської, оскільки є не стільки фактором функціонування громадянського суспільства, як виразником зв'язків медіа з аудиторією. Незначними сьогодні є масштаби охоплення аудиторії. Розглянуто корекційну роль негативних проявів діяльності ЗМІ через медіакритику, зокрема пов'язаних із комерціалізацією журналістики.

У підсумку виявлено низку тенденцій медіакритики в Україні: одночасна взаємодія професійної та спеціалізованої медіакритики; зацікавленість переважно з боку фахової аудиторії; низький рівень поширення серед широкого загалу; значна увага до ЗМІ країни, натомість мало інформації про медіаіндустрію світу. Зроблено акцент на тому, що перспективними напрямками для медіакритики є вивчення впливів медіа на психічне здоров'я аудиторії, формування інформаційного імунітету в суспільстві, питання компетентності авторів.

Ключові слова: медіакритика, спеціалізована медіакритика, популярна медіакритика, комерціалізація, інформаційний імунітет.

MEDIA CRITICISM IN UKRAINE: DEVELOPMENT TRENDS AND PROSPECTS

Alla Mykolaienko

PhD in Social Communications, Senior Lecturer

Kyiv National University of Culture and Arts

36 Konovalts str., 01133, Kyiv, Ukraine

e-mail: alla-mykolaenko@ukr.net

ORCID ID 0000-0003-2869-8140

Web of Science Researcher ID Q-4521-2019

Nowadays, considering the intensity of the modern information space development and the need for media criticism, development tendencies and prospects of media criticism in the realities of Ukraine are relevant to study.

In order to analyze the different areas of media criticism, the functioning and specificity of the main publications and their social role were analyzed in the article. The system method, methods of comparison, analysis and synthesis were used in the article.

The activity of the leading Ukrainian media outlets was considered, the peculiarities of their content and the scale of influence on the readership were analyzed. The specificity of specialized media criticism was characterized on the basis of the publications "Media Critica", "Telecritica", "MediaSapiens", "Detector Media", "Media Lab", "MBR (Media Business Reports)". The article also analyzed popular media criticism features presented by blogs and readers' materials.

It was emphasized that the role of media criticism in Ukraine is different from European and American in that it is not so much a factor in the functioning of civil society as an expression of media relations with the audience. The reach of the audience is insignificant today. The correction role of media activity negative manifestations through media criticism, in particular, related to the commercialization of journalism is considered.

As a result, a number of trends in media criticism in Ukraine were identified: simultaneous interaction of professional and specialized media criticism; interest mainly from the professional audience; low prevalence among the general public; much attention to the country's media, but little information about the media industry in the world. Emphasis was given that promising areas for media criticism are the study of the media effects on the audience mental health, information immunity formation in society, authors competence question.

Keywords: *media criticism, specialized media criticism, popular media criticism, commercialization, information immunity.*

Актуальність проблеми

В Україні активну діяльність нині провадять медіакритичні ЗМІ, які моніторять та системно аналізують діяльність ЗМІ. Такі видання водночас фіксують головні історичні етапи розвитку української журналістики, виявляють провідні тенденції та проблеми, чим стимулюють медіа до вивчення своїх помилок та вдосконалення якості публікацій в умовах ринку. Медіакритика сьогодення передбачає аналіз друкованих ЗМІ, радіо, телебачення та мережевих видань. Нині можна назвати дві основні форми медіакритики — спеціалізовану (для фахівців) та популярну (для широкого загалу). У межах медіакритики здійснюється критичне пізнання й оцінювання діяльності ЗМІ, зокрема творчих, правових, професійно-етичних, економічних, технологічних аспектів.

Розвиток сучасної медіакритики в Україні став об'єктом для досліджень сучасних науковців Ю. Голоднікової (2009), О. Довженка (2013), О. Короченського (Короченский, 2002), Б. Потятиника (2017), А. Сулім (2015), К. Хольта (Holt, 2019). Водночас комплексно й наочно тенденції та перспективи медіакритики розглядалися фрагментарно. Також виникли нові умови та виклики для медіакритичних видань, які ще не привернули увагу вчених.

Завдання статті: 1) виявити основні тенденції розвитку сучасної медіакритики в Україні; 2) проаналізувати проблемні аспекти медіакритичних видань; 3) виявити перспективи розвитку та майбутні можливості медіакритики.

Вклад основного матеріалу

Медіакритичні ЗМІ, наявні на ринку, частково перейняли від науки методичку та інструментарій для своїх досліджень, але водночас залишили за собою право виконувати соціальну місію журналістики та брати активну участь у формуванні суспільної думки.

Тенденційно з-поміж українських видань передусім на увагу заслуговують Інтернет-видання. Наразі в друкованому форматі видається лише «МедіаКритика», але в обмеженому тиражі, тому є сенс вести мову про набутки і проблеми медіакритики в мережі.

Особливу увагу привертають видання спеціалізованої медіакритики в Україні: «Медіакритика», «Телекритика», «MediaSapiens», «Detector Media», «Media Lab», «MBR (Media Business Reports)». Ці ресурси стали своєрідними комунікаційними майданчиками для фахівців, відстежуючи зміни інформаційного поля та трактуючи їх для читачів вимогливої професійної аудиторії. Такі видання допомагають вписати українські медіа у світовий контекст розвитку.

Спеціалізована медіакритика ставить відчутно високий рівень вимог до компетентностей читача й автора. «У ролі критиків у даному випадку зазвичай виступають представники медіаспільнот або авто-

ри, що за родом своєї професійної діяльності тісно пов'язані з медіа-організаціями», — зазначає А. Сулім (2015, с. 76). Основним для матеріалів спеціалізованої медіакритики є контекст. Автор використовує посилання, поняття, навіть жаргонізмами журналістів. Можуть аналізуватися історія медіа, жанри, структура редакції, репутаційні аспекти проекту та імідж його авторів. Важливими об'єктами для спеціалізованої медіакритики є редакційна та кадрова політика медіа, впливи власників, інвесторів, владних чи окремих політичних сил.

Першим і досі одним із провідних осередків спеціалізованої медіакритики в Україні є «Телекритика». Ресурс було засновано 2001 року в Києві (як продовження телекритичної рубрики Наталії Лигачової в газеті «День»). Основними завданнями «Телекритика» вбачає аналізувати події в українській медіасфері, а також із фахового погляду оцінювати телебачення й кіно, відстежувати процес державного врегулювання телевізійників, дотримання журналістських стандартів і свободи слова в країні, боротьбу з піратством. З 2004 до квітня 2016 р. функціонувала однойменна громадська організація «Телекритика», яка у 2010 році створила сайт «MediaSapiens». Новий ресурс досі працює в напрямі підвищення медіаграмотності.

У квітні 2016 р. громадська організація «Телекритика» змінила назву на «Детектор медіа» й заснувала третій дочірній сайт «Детектор медіа». Провідними темами дослідження ресурсу є медіареформи, суспільне мовлення, викриття фактів корупції в медіагалузі, моніторинг роботи державних органів у галузі, протидія засобам пропаганди. Громадська організація створює онлайн-курси для журналістів і широкого загалу. Представники громадської організації розробили власні методики, через які вивчають телевізійний, радійний та текстовий простір медіа. Серед головних методів — кількісно-якісний аналіз, якісний аналіз, публіцистичні рецензії.

Львівський часопис «МедіаКритика» виходить із 2003 р. і випускається Інститутом медіа-екології Львівського національного університету імені Івана Франка. Це видання друкує статті, що порушують проблеми масової комунікації та медіа. Є електронна версія часопису, її систематично оновлюють.

Ще один львівський ресурс «MediaLab» — це освітньо-аналітичний портал. Окрім тематичних проблемних рубрик, сайт інтерактивні тести з журналістики.

Ресурс MBR (Media Business Reports) — один із найновіших, це інформаційно-аналітичне видання про медіабізнес та новини аудіовізуальної індустрії. Головними робочими завданнями його є моніторинг ринку кіно й телебачення Європи, світу, України. Це дочірній проект української медіаконсалтингової компанії Media Resources Management, яка існує від вересня 2019 року.

Охарактеризовані ресурси належать до спеціалізованих медіакритичних видань, тобто загалом ідеться про фаховий аналіз медіагалузі.

На протипагу професійній критиці, сформувалася популярна медіакритика, яка більше спрямована на емоційне, а не раціональне висвітлення подій у галузі медіа. Така критика має суб'єктивний, різкий характер.

Популярна медіакритика може бути представлена у форматі листів від аудиторії. Автори таких публікацій не є фаховими експертами, але здебільшого причетні до професії журналістів. Демонстративним прикладом такого виду критики медіа є публікації в журналі «Український тиждень» викладача Українського католицького університету, філолога Ростислава Паранька. Автор протягом декількох місяців моніторив політично заангажовані матеріали, виклавши спостереження в статті «„Тиждень” розчарувань»: «Як постійний читач і, великою мірою, вболівальник „Українського тижня” — одного з піонерів україномовності на ринку ілюстрованих суспільно-політичних журналів, — я з особливою цікавістю чекав випробування молодого часопису першим „виборчим досвідом”» (Паранько, 2009).

Для популярної медіакритики обов'язковим майданчиком нині є блоги. Критику в межах блогу не щоразу можна розглядати як таку, що належно обґрунтована, адже висловлювання трапляються надто різкі. Проте блоги доцільно розглядати в практиці медіакритики, але як її неформального сегменту. До того ж, слід зауважити, що є тенденція до прочитання блогової медіакритики молодим поколінням. Тому впливи її є очевидними. Також блогосферу прийнято розглядати як менш заангажовану та незалежну від упереджених і зацікавлених власників політичних чи олігархічних структур.

Нині варто зауважити, що часто межі між популярною і спеціалізованою медіакритикою розмиваються. Про це свідчать блоги, розміщені на сайті «Detector Media». Популярна і спеціалізована медіакритика можуть поєднуватися в межах одного ресурсу, взаємодоповнювати одне одного та гармонійно співіснувати.

Медіакритика в Україні відрізняється від європейської чи американської. Слушно зазначає А. Сулім (2015): «У західній традиції вона (медіакритика) є потужним фактором функціонування громадянського суспільства, засобом моніторингу й контролю медіасфери з боку громадськості. У вітчизняних реаліях медіакритика наразі виступає не стільки праксеологічним, скільки когнітивно-рефлексивним чинником, спрямованим на оцінювання медіапрактики й різнобічних стосунків медіапідприємств з аудиторією» (с. 208). Ідеться про рівень сприйняття та впливу медіакритики в українських реаліях. Адже більшість публікацій медіакритики спрямовані все-таки на

фахове коло читачів, працівників ЗМІ. Матеріали, які становлять інтерес для широкого загалу, недостатньо популяризуються. Водночас постійний розвиток та вдосконалення критичних медіа дають можливість прогнозувати подальше розширення її впливів на суспільство та розуміння ним медійного простору.

Варто розглядати медіакритику як цивілізаційний фактор, завдяки якому відбувається корекція негативних проявів у діяльності ЗМІ, зокрема пов'язаних із комерціалізацією журналістики в Україні. Медіакритика покликана орієнтувати аудиторію в інформаційному просторі не лише своїх, а і світу. Хоча в наших реаліях більше йдеться про аналіз медіа країни, а не світу. Адже часом розібратися в складних внутрішніх процесах, що відбуваються в ЗМІ, досить складно, не кажучи вже про світові реалії.

Б. Потятиник (2017) зазначає, що «медіакритику можна вважати важливим обмежувачем нестримного зростання потоків масової комунікації. Зростання, яке так часто є небезпечним для людської психіки й дестабілізуючим для ноосфери» (с. 253). Відповідно перспективним у рамках медіакритики є аналіз і вивчення впливів медіа на психічне здоров'я аудиторії, формування інформаційного імунітету в суспільстві.

Серед проблемних аспектів сучасної української медіакритики є також питання компетентності автора. Ідеться про претензії, спрямовані до персони журналіста-медіакритика, а не до змісту, викладеного ним у матеріалі.

Висновки

1. Медіакритика нині покликана реагувати на діяльність ЗМІ та проблеми, пов'язані з медіавпливами. В Україні активно працюють медіакритичні ЗМІ, переважно інтернет-ресурси, які моніторять та системно аналізують діяльність ЗМІ.

2. Серед основних тенденцій розвитку медіакритики в Україні: взаємодія професійної та спеціалізованої медіакритики; зацікавленість переважно з боку фахової аудиторії; низький рівень поширення серед широкого загалу; значна увага до українських ЗМІ, натомість мало інформації про медіаіндустрію світу.

3. Серед перспектив медіакритики є розширення читацької аудиторії, увага до питань авторської компетентності, впливів медіа на психічне здоров'я аудиторії, формування інформаційного імунітету в суспільстві.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Голоднікова, Ю. (2009, 20 березня). Парадокси української медіакритики. *Медіакритика*, 16. <https://www.mediakrytyka.info/drukovani/paradoksy-ukrayinskoyi-mediakrytyky.html>.

- Довженко, О. (2010, 3 листопада). Медіакритика в Україні: недоросла й недооцінена. *Медіакритика*. <http://www.mediakrytyka.info/media-filosofiya/mediakrytyka-v-ukrayini-nedorosla-y-nedootsinena.html>.
- Довженко, О. (2013). Сучасна українська медіакритика: чинники формування, проблеми та перспективи. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 37, 131–138.
- Короченский, А. П. (2002). «Пятая власть?» «Феномен медиакритики в контексте информационного рынка [Монография]. Международный институт журналистики и филологии.
- Паранько, Р. (2009, 25 грудня). «Тиждень» розчарувань. *Детектор медіа*. <https://detector.media/rinok/article/50122/2009-12-25-tizhden-rozcharuvan/>.
- Потятиник, Б. (2004). *Медіа: ключі до розуміння*. ПАІС.
- Потятиник, Б. (2017). Медіакритика в системі журналістської освіти України: Львів — Київ — транзит. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 42, 54–61.
- Сулім, А. А. (2015). *Медіакритика в Україні: функції, тематика, проблематика*. (Дисертація кандидата наук із соціальних комунікацій). Дніпропетровський національний університет імені О. Гончара, Дніпропетровськ.
- Holt, K. (2018). Alternative Media and the Notion of Anti-Systemness: Towards an Analytical Framework. *Media and Communication*, 6 (4), 49–57. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v6i4.1467>.
- Holt, K. (2019). *Right-Wing Alternative Media*. Routledge.
- Holt, K., & Krogh, T. von. (2010). The citizen as media critic in periods of media change. *Observatorio*, 4 (4), 287–306. <https://doi.org/10.15847/obsOBS442010432/>.

REFERENCES

- Dovzhenko, O. (2010, November 3). Mediakrytyka v Ukraini: nedorosla j nedootsinena [Media criticism in Ukraine: underweight and underrated]. *Mediakrytyka*. <http://www.mediakrytyka.info/media-filosofiya/mediakrytyka-v-ukrayini-nedorosla-y-nedootsinena.html> [in Ukrainian].
- Dovzhenko, O. (2013). Suchasna ukrainska mediakrytyka: chynnyky formuvannia, problemy ta perspektyvy [Contemporary Ukrainian media criticism: factors of formation, problems and prospects]. *Visnyk of the LvivUniversity. Series Journalisti*, 37, 131–138 [in Ukrainian].
- Holodnikova, Yu. (2009, March 20). Paradoksy ukrainskoi media krytyky [Paradoxes of Ukrainian media criticism]. *Mediakrytyka*, 16. <https://www.mediakrytyka.info/drukovani/paradoksy-krayinskoyimedia-krytyky.html> [in Ukrainian].
- Holt, K. (2018). Alternative Media and the Notion of Anti-Systemness: Towards an Analytical Framework. *Media and Communication*, 6 (4), 49–57. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v6i4.1467> [in English].
- Holt, K. (2019). *Right-Wing Alternative Media*. Routledge [in English].
- Holt, K., & Krogh, T. von. (2010). The citizen as media critic in periods of media change. *Observatorio*, 4 (4), 287–306. <https://doi.org/10.15847/obsOBS442010432/> [in English].

Korochenskii, A. P. (2002). «Piataia vlast?» Fenomen mediakritiki v kontekste informatsionnogo rynku [«Fifth power?» The phenomenon of media criticism in the context of the information market] [Monograph]. Mezhdunarodnyi institut zhurnalistiki i filologii [in Russian].

Paranko, R. (2009, December 25). «Tyzhden» rozcharuvan [The Week is a disappointment]. *Detektor media*. <https://detector.media/rinok/article/50122/2009-12-25-tizhden-rozcharuvan/> [in Ukrainian].

Potiatynuk, B. (2004). *Media: kliuchi do rozuminnia* [Media: Keys to Understanding]. PAIS [in Ukrainian].

Potiatynuk, B. (2017). Mediakrytyka v systemi zhurnalistskoi osvity Ukrainy: Lviv – Kyiv – tranzyt [Media criticism in the journalistic education system of Ukraine: Lviv – Kyiv – transit]. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, 42, 54–61 [in Ukrainian].

Sulim, A. A. (2015). *Mediakrytyka v Ukraini: funktsii, tematyka, problematyka* [Media Criticism in Ukraine: Functions, Topics, Issues]. (PhD Dissertation). Oles Honchar Dnipropetrovsk National University, Dnipropetrovsk [in Ukrainian].