ЖУРНАЛИСТСКИЙ ДИСКУРС

Антон Витальевич ЮРЧАК

ОЦЕНКА МЕДИАПРОИЗВЕДЕНИЙ: ОБЩИЙ ПОДХОД

В статье анализируется общий подход к оценке медиапроизведений. Автор полагает, что существует единый подход, который возможно применять для критической оценки самых разных видов медиа. Таким образом возникает возможность выработки общего подхода к базовой критике любого медиа, любого информационного произведения, даже без специального образования, что способствует развитию критического восприятия.

Ключевые слова: *журналистика, критика, медиа, критическое восприятие.*

Anton V. YURCHAK

EVALUATION OF MEDIA PRODUCTS: GENERAL APPROACH

The article analyzes the general approach to the evaluation of media products. The author believes that there is a single approach that can be used to critically evaluate a variety of media types. Thus, it becomes possible to develop a common approach to the basic criticism of any media, any information work, without even having a special education, which contributes to the development of critical perception.

Key words: *journalism, criticism, media, critical perception*

«Интернет окружает нас повсюду, мы с ним рождаемся, живём и умираем». Неизвестно, кто именно сказал эти слова впервые, но с каждым днём они становятся всё ближе к правде. В наши дни Интернет действительно распространён повсеместно, и вполне логично было бы предположить: как мы влияем на его развитие, так и он постепенно изменяет наше бытие.

Естественно, журналистика, отражающая в своих проявлениях общество, не может оставаться в стороне от столь важного явления. Сегодня мы уже привыкли к её новым формам, которые были привнесены появлением Интернета, но ещё не до конца понимаем ни их формат и причины появления, ни даже аудиторию. Помимо этого следует упомянуть и то, что это новое явление постепенно начинает вытеснять традиционные СМИ. Собирая буквально миллионы просмотров, новая гражданская журналистика продолжает развиваться, проходя свой путь и эволюционируя, заставляя с собой считаться.

Даже выделяя в этом явлении лишь его малую часть – например, видеоблоги, – можно увидеть конкурентоспособность при достаточно низком среднем качестве. И именно это вызывает наибольшие опасения. Журналистика, уже начавшая замечать это новое веяние, впрочем, должна понять и то, что оно само может послужить важным уроком по существованию в постоянно меняющемся мире – перенимая жанры и

технологии создания контента, а также основы создания контента в Интернете.

Изучение процессов, происходящих в медийном пространстве, становится важной частью приобщения к миру медиакультуры. Как отмечает В.С. Степин, человек как творение культуры «становится личностью только благодаря усвоению транслируемого в культуре социального опыта» [Степин 1999: 61]. Сложно уметь критически оценить произведения в современном мире, учитывая их разнообразие – от театральных постановок до телевизионных шоу, от книг до радиопередач, от beauty-блогов до полноценных новостных интернет-изданий. Так, «текстовое сообщение на мобильном телефоне, песня в стиле рок-музыки, художественный фильм или новость в вечерних новостях – всё это СМИ, медиа» [Вартанова, Засурский 2002: 46].

Сохранить все аспекты при оценке могут лишь профессиональные критики, имеющие соответствующую специализацию в той или иной области, однако их роль приходится выполнять сейчас многим непрофессионалам – ведь каждый, изучая новое произведение, невольно выступает таким критиком, оценивая его как минимум для себя. Это создаёт необходимость выстраивания общей системы, объективно оценивающий медиапроизведения во всём их многообразии.

И.В. Челышева в работе «Критический анализ медиатекста: теоретические аспекты проблемы» рассматривает необходимость критического мышления, ею применяется термин «критическая медиаграмотность», который также освещает эту необходимость. Автор подчёркивает разнообразие того, что мы называем «медиа» [Челышева 2007: 10].

Тезис: существует общий объективный подход к оценке медиапроизведений.

Аргументы:

1. Произведения обладают общими характеристиками, вне зависимости от типа произведения.
2. При оценке произведений важно руководствоваться общим принципом, по которому они могут быть объективно оценены при не укладывающихся в цифровые показатели оценках.
3. При обучении важно производить качественную оценку, даже не обладая профессиональными навыками, со стороны общих аспектов произведений.

Стороны/Аспекты:

1. Эмоциональный
   a. Эмоциональный отклик
      i. Вызываемый, в своём вероятном разнообразии.
      ii. Рассчитанный, заложенный автором произведения отклик.
   b. Архетипы
      i. Использованные в произведении как заложенные автором.
      ii. Появившиеся при помещении в ту или иную культурную среду искажения архетипов и новые архетипы.
   c. Образы
      i. Набор образов во всём их многообразии, воспринятый потребителем

информационного продукта.

ii. Сила тех или иных образов, поддержанная частотой, продолжительностью упоминания образа и весомостью его для иных характеристик произведения.

iii. Эмоциональная окраска того или иного образа.

d. Сенсорные ощущения

i. Дополнительные ощущения, которые были вызваны у потребителя информационного продукта.

ii. Дополнительные ощущения, которые было запланировано вызвать у потребителей информационного продукта.

2. Рациональный

a. Факты и информация

i. Сухие факты, переданные произведением, вне зависимости от их несоответствия реальным, во всём своём многообразии.

b. Сюжет

i. Сухие факты, сообщающие о развитии произведения.

c. Тезисы произведения

i. Выставленные на проверку в произведении утверждения во всём своём многообразии.

d. Идейный посыл произведения

i. К каким выводам приходит в произведении автор.

ii. Какие выводы он хочет навязать потребителю информационного продукта.

3. Контекстный

a. Среда появления

i. Хронотоп произведения: где и когда оно появилось, в какой культуре и при каких взглядах на мир.

b. Среда существования

i. В каких условиях произведение существовало после своего появления и существует в данный момент, если эти среды отличны от среды появления.

c. Сторонние факторы

i. Дополнительные социокультурные и личностные силы и условия, оказывающие воздействие на произведение при его создании и/или изменении.

4. Технический

a. Способ исполнения

i. В случае, если он отличается от стандартного для медиа-среды.

ii. Включает как способы создания, так и способы записи произведений.

b. Качество исполнения

i. То, насколько полно и без искажений передаются автором информационного продукта его аспекты.

ii. Скудный лексикон при написании текста, неряшливость мазков при написании картины, некачественный монтаж при создании видео – всё это мешает полно передать изначальный замысел автора.

c. Интерактивность

i. Наличие или отсутствие таковой

ii. Способы достижения

d. Прогрессия, эволюция, изменение во времени после публикации

i. Качественные и количественные изменения продукта с течением времени, как в сторону улучшения и увеличения, так и в сторону ухудшения и уменьшения.

ii. Причины этих изменений.

При оценке важно обращать своё внимание:

1. На выраженность сторон, их наличие.

a. Не каждое медиапроизведение обладает всеми этими сторонами, каждое – в разной мере. Не все произведения претендуют на уникальный способ исполнения, не все должны быть рассмотрены в рамках среды появления. Важность и выраженность того или иного элемента определяется автором оценки.

2. На то, как разные аспекты медиапроизведения усиливают или ослабляют другие аспекты.

a. Способ исполнения может служить эмоциональному отклику произведения – фильм «Русский Ковчег» (реж. А. Сокуров, 2001 г.), к примеру, снят одним кадром, что воспринимается простым зрителем как необычный элемент, а у знатока, заметившего это, вызывает уважение и понимание того, сколько сил было вложено в создание. Через эмоции можно донести какую-то мысль, идею, через идею – показать временной период или общество.

3. Насколько разные аспекты медиапроизведения помогают или мешают донести изначальный образ произведения.

a. В результате изменения социокультурной среды, авторской ошибки или замысла те или иные аспекты могут вступать в конфликт друг с другом. Если гуманистическое произведение отличается брутальностью и цинизмом по отношению к людям, подобное неизбежно скажется на восприятии этого произведения, но в какой мере и в сторону усиления или ослабления, решает лишь тот, кто оценивает это произведение.

В 2003 году А.В. Федоровым был проведен опрос ведущих российских и зарубежных экспертов медиаобразования. Данный опрос показал, что большинство экспертов высказываются в пользу определения ЮНЕСКО: «Медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; получить возможность свободного восприятия, так и для продукции» [Федоров 2003: 89].

Таким образом, в условиях все более интенсивного информационного потока, расширения коммуникативных связей, проникновения медиа во все сферы и деятельности человека, наряду с новыми возможностями для межкультурной коммуникации, аккультурации, расширением информационного поля для саморазвития человека, можно выделить и

несколько негативных тенденций, связанных с обострением проблем отчужденности современного человека от культуры, красоты и созидания, проникновения различных моделей поведения, снижения духовного и культурного уровня в современном обществе и т.д. Поэтому подготовка человека к жизни в информационном пространстве становится одной их важных задач современного общества.

Список литературы:

Вартанова Е.Л., Засурский Я.Н. Медиаобразование как средство формирования информационной безопасности молодёжи // Информация и психологическая в безопасность в СМИ. Т.1. М., 2002.

Степин В. С. Культура // Вопросы философии. 1999. № 8. С. 61–71.

Федоров А.В. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. 238 с.

Челышева И. В. Критический анализ медиатекста: теоретические аспекты проблемы // Медиаобразование. – 2007. – № 2. С. 9-17.

Юрчак Антон Витальевич – магистрант направления подготовки «Журналистика» Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева (г. Саранск, Республика Мордовия), *bakeeva.di@yandex.ru*