

Секция «Журналистика»

Медиакритика в международном немецкоязычном журнале «Message»

Шаронова Екатерина Михайловна

Студент

Белгородский государственный университет, журналистики, Белгород, Россия

E-mail: majbrik@ya.ru

«Message» («Сообщение») – международный немецкоязычный журнал по журналистике. Выходит ежеквартально с 1999 года. На сегодняшний момент вышло 43 номер (1999 – 2 выпуска; 2000-2009 – 4 выпуска; 2010 – 4 выпуска; 2011 – 1 выпуск). Редакция находится при Институте Практического исследования журналистики в Лейпциге, а издательство Евангелического общества общества с ограниченной ответственностью – в Штутгарте. Учредителем издания и главным редактором является лейпцигский профессор журналистики доктор Михаэль Халлер (Michael Haller).

Главной функцией «Message» является посредничество между практикой и теорией журналистики. Возросшая роль интернет-ресурсов в информировании, развлечении и просвещении (основные функции журналистики) влечет за собой ряд проблем в сфере традиционных СМИ, в частности печатных. «Message» стремится познать и проанализировать глобальные медийные тенденции современности для выработки новых норм и форм, чтобы печатные СМИ не уступали интернет-источникам. При этом можно выделить 6 тематических блоков, которые находятся в центре внимания «Message»:

1) роли, в которых выступают сегодняшние профессиональные журналисты (информатор, просветитель или шоумен, ангажированный участник событий или оппозиционер, рекламщик, исследователь – как воспринимают себя журналисты, кем они действительно являются, а чего от них требует профессия, находится в центре внимания авторов «Message»);

2) интернет-версия изданий на коммерческой основе (интернет делает традиционные СМИ не такими востребованными, как прежде; как правильно адаптировать к сетевой форме печатную журналистику, ведь за интернет будущее, как сделать интернет-версии изданий более журналистскими и не нуждаться в материальных средствах – медийные эксперты и опытные журналисты ищут варианты успешного функционирования в современных обстоятельствах);

3) язык журналистики (при превалировании замечательных образцов языка и стиля журналистских произведений достаточно распространена небрежная языковая работа – ошибки разной природы, стереотипы и т.д. – подробная языковая критика присутствует в каждом выпуске «Message»);

4) функции СМИ (речь, скорее, идет о степени влияния СМИ в условиях, когда ведущими функциями журналистов являются Infotainment или Emotainment; может быть стоит уходить от этого и обращаться к образцам информационно насыщенных медийных текстов);

5) тенденции глобализации в этой области («Message» пристально следит за процессами в медиасфере по всему миру, обращая особенное внимание на глобальные медиаконцерны AOLWARNERCNN, BBC, Дисней, Мердок и Бертельсманн, Holtzbrinck, WAZ и Springer и др., и, обобщая опыт, вырабатывает критерии интернациональной журналистики);

6) последствия (реальные или гипотетические) журналисткой деятельности (принципы профессиональной журналистики, этические нормы – становятся предметом рассмотрения, обсуждения и оценки исследователями, редакторами, юристами и практикующими журналистами для выработки единых мнений, значимых в профессиональном сообществе).

Кроме того, при журнале выходит приложение «Мастерская» (состоялось 30 выпусков), где публикуются сообщения для журналистов, в которых освещаются все последние веяния в медийной сфере (о нюансах поиска информации, права на ее получение, защите источников, стиль и формы изложения, менеджмент СМИ, отношение к пиару, обеспечение независимости издания и журналиста и многое др.).

Фактически все публикации, касающиеся этих тем, имеют отношение к медиакритике. Уточним, что мы основываемся на определении медиакритики, данном А.П. Короченским в кн. «Пятая власть. Феномен медиакритики в контексте информационного рынка». Так, медиакритика (журналистская критика СМИ) – это новая, быстро развивающаяся область современной журналистики, осуществляющая критическое познание и оценку социально значимых, актуальных культурно-творческих, профессионально-этических, правовых, экономических и технологических аспектов информационного производства в СМИ с акцентом на творческую сторону создания медийного содержания [n1]. Однако, на наш взгляд, наиболее значимыми медиакритическими публикациями можно считать материалы, размещенные под постоянными рубриками «Поиск» («Recherche»), «Исследование» («Forschung»), «Нормы» («Normen») с подрубриками «Немецкий Совет прессы» («Deutscher Presserat») и «Швейцарский Совет прессы» («Schweizer Presserat»). В них авторы представляют свои мнения и оценки по поводу не теряющих своей остроты и актуальности проблем закона и этики в профессиональном журналистском сообществе.

Таким образом, международный немецкоязычный журнал «Message» полностью соответствует поставленной цели и направлению – он поднимает проблемы и вопросы, актуальные в практике журналистики, не превращает исследования в схоластическое теоретизирование, вследствие чего нет никакого отрыва между журналистской теорией и практикой. Медиакритика присутствует в каждом выпуске «Message», созданы специальные для таких публикаций рубрики, постоянно освещается деятельность немецкого и швейцарского Советов прессы. Впрочем, материалы с медиакритикой (прямо или косвенно) присутствуют здесь повсеместно.

Мы согласимся с мнением ученого и члена редколлегии журнала «Message» Уве Крюгера, что вид медиакритики в этом журнале академический (по классификации А.П. Короченского, медиакритика делится на академическую, профессиональную («внутрицевую», внутрикорпоративную) и массовую [n1]). Это вытекает из того, что тематика и проблематика медиакритических публикаций характеризуется как «родственная темам и проблемам, которые обычно освещают печатные органы профессиональных журналистских сообществ» [n2]. При этом исследователь констатирует, что в «Message» «превалируют научные подходы к их рассмотрению» [n2]. Но, как нам кажется, материалы в «Message» являют собой образцы и профессиональной медиакритики, так как в них заинтересованы и практикующие журналисты, которым это помогает лучше осознать свои позиции в профессии. Такой высокий уровень рассмотрения насущных ситуаций, на наш взгляд, существует благодаря компетентным авторам, которые, с одной

стороны, профессиональные журналисты, а с другой – исследователи в этой области.

Литература

1. 1. Короченский А. П. Регулятивная роль медиакритики: <http://evartist.narod.ru/text19/035>
2. 2. Крюгер У. Медиакритика в Германии: http://www.library.cjes.ru/online/?b_id=449.