УДК 070.15:32.019.5
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-3-482-502
EDN RFNJTO

Политическая философия Ноама Хомского как концептуальная основа левой гражданской медиакритики Британии

Шилин А.М., Короченский А.П.
Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Россия, 3008015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85
shilin_a_m@bsuedu.ru; prensa@yandex.ru

Аннотация. Исследование посвящено изучению становления и развития политико-философских, методологических и практических принципов современной левой гражданской медиакритики, которые ранее не были в полной мере осмыслены в отечественной и зарубежной науке. Цель исследования заключается в выявлении особенностей влияния политико-философских взглядов Н. Хомского и разработанной им совместно с Э. Херманом модели пропаганды на медиакритическую деятельность Media Lens. Эмпирическую базу составили 26 программных и 20 медиакритических публикаций Media Lens за 2001–2025 годы, а также глубинное интервью редакторов проекта Д. Эдвардса и Д. Кромвелла, проведенное одним из авторов (А.М. Шилиным) в 2025 году по электронной почте. Установлен комплексный характер влияния идей Н. Хомского на деятельность Media Lens, проявляющийся как в использовании модели пропаганды в качестве аналитического инструмента, так и в понимании медиакритики как формы общественного и политического действия. Показано, что концепция «интеллектуальной самозащиты» Н. Хомского трансформируется авторами Media Lens в практическую стратегию критического взаимодействия с корпоративными СМИ и формирования автономного медиапотребления аудитории. Сделан вывод о том, что политико-философские представления Н. Хомского определяют понимание Д. Эдвардсом и Д. Кромвеллом социальной роли медиакритики и принципы критической аргументации.

Ключевые слова: медиакритика, гражданская медиакритика, Media Lens, Н. Хомский, модель пропаганды, концепция интеллектуальной самозащиты

Для цитирования: Шилин А.М., Короченский А.П. 2026. Политическая философия Ноама Хомского как концептуальная основа левой гражданской медиакритики Британии. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(3): 482–502. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-3-482-502 EDN RFNJTO

Noam Chomsky’s Political Philosophy as a Conceptual Foundation of Left-Wing Civic Media Criticism in Britain

Andrey M. Shilin, Aleksandr P. Korochensky
Belgorod State National Research University
85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russia
shilin_a_m@bsuedu.ru; prensa@yandex.ru

Abstract. Despite the considerable body of research devoted to media criticism, N. Chomsky’s political philosophy, and the activities of the British civic media criticism project *Media Lens*, the relationship between the ideological and methodological foundations of Chomsky’s concepts and the practice of contemporary left-wing civic media criticism has not yet received comprehensive scholarly attention. This study examines the ideological and methodological influence of N. Chomsky’s media-critical concepts and

© Шилин А.М., Короченский А.П., 2026

political-philosophical views on the development of left-wing civic media criticism, with *Media Lens* as a case study. The scholarly novelty of the study lies in providing a comprehensive examination of Noam Chomsky's role in shaping the ideological and methodological foundations of contemporary left-wing civic media criticism, using Media Lens as a case study. Unlike studies that address Chomsky's political philosophy, his Propaganda Model, or the activities of Media Lens separately, this article examines the interconnections between these components and their transformation into the practice of contemporary civic media criticism.The aim of the study is to identify the specific ways in which N. Chomsky's political-philosophical views and the propaganda model developed jointly with E. Herman have influenced the media-critical practice of *Media Lens*. The empirical basis of the study consists of an analysis of the project's programmatic and media-critical publications, as well as an in-depth interview with the project's editors, D. Edwards and D. Cromwell, conducted by the author. The study establishes that the influence of Chomsky's ideas on the activities of *Media Lens* is comprehensive, manifesting itself both in the use of the propaganda model as an analytical tool and in the understanding of media criticism as a form of social and political action. It is concluded that his political-philosophical views shape the understanding of the social role of media criticism and the principles of critical argumentation. The study demonstrates that Chomsky's concept of "intellectual self-defence" is transformed by the authors of *Media Lens* into a practical strategy of critical engagement with corporate media and the development of autonomous media consumption among audiences.

Keywords: media criticism, civic media criticism, *Media Lens*, N. Chomsky, propaganda model, concept of intellectual self-defence

For citation: Shilin A.M., Korochensky A.P. 2026. Noam Chomsky's Political Philosophy as a Conceptual Foundation of Left-Wing Civic Media Criticism in Britain. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(3): 482–502 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-3-482-502 EDN RFNJTO

Введение

Современные средства массовой информации занимают центральное место в формировании публичного информационного пространства, определяя не только содержание общественной повестки, но и способы интерпретации социально и политически значимых событий. В условиях высокой степени институциональной, экономической и технологической зависимости медиапроизводства вопрос о механизмах отбора, интерпретации и распространения информации приобретает особую значимость. В связи с этим исследование медиа не может ограничиваться анализом отдельных медиатекстов: существенное значение приобретает изучение тех профессиональных, институциональных и идеологических условий, в которых формируется публичная картина социальной реальности. Одним из направлений такого исследования выступает медиакритика, которая представляет собой не только оценку качества журналистских материалов, но и форму рефлексии над общественной функцией и ответственностью СМИ. Её предмет включает содержание медиатекстов, профессиональные и редакционные практики, механизмы функционирования медиасистемы, а также взаимодействие СМИ с аудиторией и другими общественными институтами. В этом отношении медиакритика выполняет не только аналитическую, но и регулятивную функцию, поскольку позволяет выявлять расхождения между реальными практиками медиапроизводства и нормативными представлениями о социальной ответственности журналистики.

Особое место в данном контексте занимает гражданская медиакритика, осуществляемая независимыми от профессионального медиасообщества исследователями, общественными организациями и медиакритическими проектами. В отличие от профессиональной медиакритики, ориентированной преимущественно на поддержание внутриинституциональных стандартов журналистики, гражданская медиакритика может рассматривать медиа как часть более широких политических, экономических и социальных отношений. Поэтому её аналитические подходы нередко основываются не только на

профессиональной этике и журналистских стандартах, но и на определённых политико-философских представлениях о природе власти, гражданской ответственности и роли информации в демократическом обществе. Именно наличие определённой нормативной и идеологической основы требует установить, каким образом конкретные политико-философские концепции преобразуются в инструменты анализа и практики критического взаимодействия с медиа.

Существенный вклад в разработку нормативных оснований медиакритики внесли зарубежные исследователи журналистики, в частности Э.Б. Ламбет [Lambeth, 1992], понимавший медиакритику как один из ключевых механизмов общественного контроля журналистики и важнейший фактор ее социальной ответственности. В российской научной традиции медиакритика рассматривается как особая область журналистской деятельности, ориентированная на критическое осмысление медиатекстов, профессиональных практик и социального функционирования средств массовой информации [Короченский, 2002, 2004].

Значительное развитие получили исследования гражданской медиакритики, к функциям которой относятся как критическое осмысление деятельности СМИ, так и отражение более широких политических, экономических и идеологических процессов. Одним из наиболее влиятельных теоретиков данного направления является Ноам Хомский, разработавший совместно с Эдвардом Херманом «модель пропаганды» функционирования средств массовой информации, оказавшую существенное влияние на развитие современной англоязычной левой медиакритики.

Вместе с тем вопрос о характере этого влияния на конкретные медиакритические проекты, прежде всего на британскую гражданскую медиакритическую группу Media Lens, до настоящего времени в отечественной научной литературе не получил специального освещения. Несмотря на значительный массив работ, посвящённых медиакритике, фокус внимания исследователей сосредоточен преимущественно на её институциональных, профессионально-этических и коммуникативных аспектах, представленных в работах А.П. Короченского [2002, 2003, 2004, 2015, 2018а, 2018б], А.В. Федорова [2005], Р.П. Баканова [2020, 2023] и др., рассматривающих медиакритику прежде всего как форму общественного контроля над деятельностью СМИ, средство совершенствования журналистской практики и развития медиаграмотности аудитории. В то же время в зарубежных исследованиях С. Фенглер [Fengler, 2012, 2019], Ф. Прохазки [Prochazka, Obermaier, 2022], Д. Черуйота [Cheruiyot, 2024] и др. основное внимание уделяется вопросам профессиональной ответственности журналистики, общественного контроля над медиа, функционирования альтернативных медиа и медиаактивизма. При этом значительно меньшее внимание как в отечественных, так и в западных исследованиях уделяется идеологическим и методологическим основаниям гражданской медиакритики, определяющим характер анализа СМИ и способы взаимодействия медиакритиков с массовой аудиторией.

Цель исследования – выявить направления влияния концепции Н. Хомского на идеологию и методологию медиакритической деятельности группы Media Lens.

В научный оборот впервые вводятся материалы интервью одного из авторов исследования с основателями проекта Дэвидом Эдвардсом и Дэвидом Кромвеллом, позволяющие проследить эволюцию восприятия и развития идей Н. Хомского самими представителями современной гражданской медиакритики.

Материалы и методы исследования

Для достижения поставленной цели использовались историко-биографический метод при реконструкции политических взглядов Н. Хомского, сравнительный анализ при сопоставлении теоретических положений Н. Хомского и медиакритической практики Media Lens, качественный контент-анализ и дискурс-анализ публикаций Media Lens, а также метод глубинного интервью, позволивший выявить особенности идентификации

проекта авторами и их понимания роли идей Н. Хомского. Эмпирическую базу исследования составили 20 медиакритических публикаций организации за 2001–2025 гг., а также глубинное полуструктурированное совместное интервью с основателями Media Lens Д. Эдвардсом и Д. Кромвеллом, проведённое по электронной почте на английском языке 19 декабря 2025 г. Интервью включало 11 вопросов, посвященных роли профессиональных стандартов в журналистской работе, влиянию идей Ноама Хомского на медиакритический подход авторов и их трансформацию в условиях современной британской медиасистемы (см. приложение).

Результаты и их обсуждение

Медиакритика рассматривается исследователями не только как инструмент оценки качества журналистских материалов, но и как особая форма осмысления общественной роли средств массовой информации. Медиакритика определяется как область современной журналистики, осуществляющая критическое познание, анализ и оценку актуальных, социально значимых аспектов информационного производства и функционирования средств массовой информации [Короченский, 2004].

Предмет медиакритики, понимаемый как социальное функционирование медиа, имеет несколько взаимосвязанных уровней. Во-первых, медиакритика осуществляет мониторинг, анализ и оценку медиатекстов, выявляя особенности их содержания, формы, способов репрезентации событий и соответствия профессиональным стандартам. Во-вторых, она рассматривает производственно-творческую деятельность самих средств массовой информации: принципы редакционной политики, механизмы отбора информации, профессиональные практики журналистов, редакторов и медиаменеджеров, а также условия производства медийного контента. Наконец, наиболее широким уровнем анализа становится «социальное бытование» СМИ, при котором «критик соотносит медийное содержание не только с действительностью, но и с широко понимаемым социальным идеалом, к которому стремится общество <…> на данном этапе исторического развития» [Короченский, 2002, с. 99]. В этом аспекте медиакритика рассматривает СМИ в контексте их взаимодействия с аудиторией, государственными, политическими и экономическими институтами, влиянием на общественное сознание и процессы формирования картины социальной реальности.

Медиакритика в таком понимании не ограничивается анализом отдельных публикаций или достижений и ошибок профессионалов медиа. Её задача состоит в комплексном осмыслении места и роли медиа в общественной жизни, а также в сопоставлении создаваемых средствами массовой информации образов действительности с объективными социальными процессами и запросами, что позволяет оценивать степень их ответственности перед обществом.

Ряд исследователей рассматривает медиакритику не как внешнюю по отношению к журналистике практику, а как её неотъемлемый элемент. Так, американский теоретик журналистики Э.Б. Ламбет в работе Committed Journalism («Ответственная журналистика») относит медиакритику к числу важнейших составляющих журналистской деятельности наряду с социальной ответственностью СМИ, защитой общественных интересов, соблюдением профессиональной этики и правовых норм. Более того, исследователь характеризует медиакритику как «пятую власть», подчёркивая её особую роль в общественном контроле «четвёртой власти» – журналистики и массмедиа [Lambeth, 1992, с. 7]. В этом отношении медиакритика является инструментом не только анализа медиа, но и саморефлексии журналистики как социального института, способствующим поддержанию её профессиональных и общественных стандартов.

Развивая этот подход, Н.А. Владимирова и В.А. Славина считают назначением медиакритики не столько фиксацию отдельных профессиональных достижений, ошибок или нарушений журналистских стандартов, сколько «стремление к практическому

воплощению идеальной журналистики», предполагающее сопоставление существующих медийных практик с определённым нормативным представлением о том, какой должна быть журналистика и какие общественные функции она призвана выполнять [Владимирова, Славина, 2018, с. 649]. При таком подходе предметом медиакритического анализа становятся не только конкретные медиатексты или редакционные решения, но и фундаментальные характеристики медиасистемы: её взаимоотношения с государством и экономическими институтами, механизмы формирования информационной повестки, принципы отбора и интерпретации событий, а также влияние политических и социальных факторов на производство новостей. Очевидно, что медиакритика неизбежно выходит за рамки анализа отдельных медийных практик, обращаясь к структурным основаниям функционирования массовой коммуникации.

В актуальной практике медиакритики выделяются четыре её разновидности: академическая, профессиональная, массовая и гражданская [Короченский, 2018а]. В контексте данного исследования именно гражданская медиакритика представляет собой особое ответвление, поскольку выходит за рамки оценки отдельных медиатекстов и рассматривает деятельность СМИ с позиций общественных интересов, социальной ответственности и участия граждан в контроле над медиа. В этом качестве она сочетает мониторинг и анализ медиаконтента, критику профессиональных и институциональных практик и публичное воздействие на медиасистему, используя общественные кампании, просветительскую деятельность и цифровые формы коммуникации.

«Идеал журналистики» может основываться на положениях профессиональной этики (в корпоративной или массовой медиакритике), научных представлениях о роли СМИ (в научно-экспертной медиакритике) или на более широких, мировоззренческих концепциях. Именно в последнем случае медиакритика приобретает выраженное мировоззренческое измерение, а критика конкретных медиатекстов становится частью более масштабной критики общественных и политических институтов, превращаясь таким образом в одну из форм гражданского активизма. Подобный нормативный характер медиакритики предполагает систему ценностей, относительно которой осуществляется критическая оценка деятельности СМИ. В академической медиакритике такой системой выступают научные подходы и методы исследования, в профессиональной – журналистская этика и отраслевые стандарты. В гражданской же медиакритике, не обладающей единым институциональным или методологическим основанием, функцию нормативного ориентира нередко выполняют более широкие философские, политические или идеологические концепции. В этом случае критика медиатекстов становится частью критического анализа общественных институтов, а оценка функционирования журналистики оказывается неразрывно связанной с пониманием власти, демократии, социальной справедливости и роли гражданского общества. Именно поэтому гражданская медиакритика нередко оказывается тесно связанной с определёнными политическими и философскими традициями, через призму которых анализирует деятельность СМИ, составляя конкуренцию профессиональным медиакритикам [Баканов, 2023, с. 39]. Одним из наиболее показательных примеров подобного подхода является медиакритическая концепция Н. Хомского. Рассматривая медиа как элемент системы политико-экономических отношений, Н. Хомский анализирует деятельность СМИ с позиций левой критической традиции, акцентируя внимание на зависимости журналистики от государственных и корпоративных структур, механизмах производства общественного согласия и воспроизводстве доминирующей идеологии в массовой коммуникации. Фигура Н. Хомского в рамках данной работы важна потому, что его концепции свободы слова, теории пропаганды и зависимости прессы от властных структур во многом находят отражение в деятельности ряда независимых гражданских медиакритических организаций, в частности американской FAIR и британской Media Lens, осмысляющих деятельность современных СМИ сквозь призму левых взглядов.

Политико-философские основания медиакритической концепции Н. Хомского

Н. Хомский (род. 1928) – американский лингвист, философ, политический публицист и один из наиболее известных критиков СМИ второй половины XX – начала XXI вв., разработавший концепцию порождающей грамматики, существенно повлиявшей на развитие когнитивных наук и современного языкознания [Chomsky, 1957]. Наряду с научной деятельностью ученый активно участвовал в общественно-политических дискуссиях. Начиная с 1960-х годов, он выступал с критикой внешней политики США, военных интервенций, корпоративного влияния на демократические институты и деятельность ведущих средств массовой информации [Chomsky, 1967]. В политической теории его взгляды обычно характеризуются как либертарный социализм или анархо-синдикализм [Седых, 2024, с. 113]. Сам Н. Хомский также неоднократно подчёркивал свою принадлежность к леворадикальной политической традиции [Хомский, 2012].

В работах Н. Хомского анализ средств массовой информации не изолирован от более широких вопросов власти, демократии, гражданского участия и функционирования современных политических институтов. Напротив, критика медиа, по Н. Хомскому, выступает частью общей критики существующего общественного устройства и механизмов воспроизводства социального неравенства. Эта взаимосвязь обусловлена самим объектом исследования: рассматривая СМИ как важный элемент политической системы, он связывает особенности функционирования журналистики с экономическими и властными отношениями, существующими в обществе, и многие его выводы о роли медиа, причинах искажений в новостном освещении и ограничениях журналистской автономии непосредственно вытекают из его представлений о природе государственной власти, корпоративного влияния и демократического участия граждан в общественной жизни. В связи с этим анализ собственно медиакритических взглядов Н. Хомского целесообразно предварить кратким обзором его общественно-политических взглядов, уделив особое внимание вопросам гражданского активизма, сопротивления властным структурам, ответственности интеллектуалов и значимости общественного участия в демократических процессах, что позволит понять теоретические предпосылки критики им современных медиасистем.

Одной из ранних работ Н. Хомского, обосновавшей философию его медиакритики, является эссе The Responsibility of Intellectuals [1] («Ответственность интеллектуалов»), написанное после начала войны во Вьетнаме и посвященное коллективной ответственности, – вопросу, остро стоявшему после Второй мировой войны. При этом автор возлагает «коллективную вину» за войны, бедствия и катастрофы не столько на народы в целом, сколько на «интеллектуалов» – привилегированное меньшинство, задача которого «говорить правду и разоблачать ложь» и задавать себе вопрос «а что сделал я?» [Chomsky, 1967]. Н. Хомский не раскрывает подробно понятие «интеллектуал», имея в виду любого мыслящего человека – от учёных до школьных учителей, однако при такой широкой трактовке эта концепция применима и к журналистам, и к самому автору.

Демонстрируя гражданскую активность, участвуя в протестных акциях и движениях, Н. Хомский в конце 1960-х – начале 1970-х гг. стал одним из самых заметных критиков внешней политики США, артикулируя свою политическую позицию в публицистических и медиакритических работах. В работе The Goverment in the Future («Государство будущего») [Хомский, 2012] Хомский противопоставляет либертарный социализм государственному капитализму и государственному социализму, рассматривая его как политическую концепцию, более соответствующую потребностям человека в автономии, творчестве и

[1] Dorfman A., Abelson R., Calhoun F., Murray E.B., reply N. Chomsky. 1967. The Responsibility of Intellectuals. The New York Review, April 20, 1967. URL: https://www.nybooks.com/articles/1967/04/20/the-responsibility-of-intellectuals-4/ (accessed: May 21, 2026).

общественном самоуправлении. Центральное место в его концепции занимает идея постоянного критического отношения к любым структурам власти. Ученый исходит из того, что политические, экономические и общественные институты должны быть открыты для общественного контроля и обязаны обосновывать собственную легитимность. Он убеждён, что для этого необходимо не просто «ограничить вмешательство политических институтов в жизнь общества, но уничтожить государственную власть», на смену которой придет новая система, обеспечивающая «народный контроль над всеми институтами со стороны граждан» [Седых, 2024, с. 123]. В противном случае социальные институты, считает Н. Хомский, становятся механизмами воспроизводства господства и ограничения человеческой свободы.

Конечной целью в политической концепции Н. Хомского является общественное устройство на принципах либертарного социализма, широкого демократического участия и общественного самоуправления. Современное государство и крупные корпорации он рассматривает как взаимосвязанные институты, концентрирующие политическую и экономическую власть в руках элит и тем самым ограничивающие реальное участие граждан в принятии общественно значимых решений. По мнению Н. Хомского, преодолеть подобную модель возможно лишь посредством активного гражданского участия и формирования революционного движения, способного поставить под демократический контроль существующие властные институты и отказаться от авторитарных форм организации политической и экономической жизни.

В дальнейших работах Н. Хомского наблюдается определённое противоречие между стратегическими целями и предлагаемыми средствами их достижения. С одной стороны, он выступает за радикальное преобразование существующего общественного устройства при помощи создания «революционного движения», однако вместе с тем не связывает достижение этих целей с насильственной революцией в её традиционном понимании. Напротив, в работах, посвящённых гражданскому сопротивлению, в частности в эссе On Resistance («О сопротивлении») Н. Хомский отвергает насилие как политическую тактику, считая его не только морально неприемлемым, но и практически неэффективным [Chomsky, 2008, p. 5]. Предпочтительными формами сопротивления он называет ненасильственное гражданское неповиновение, массовые общественные кампании, забастовки, отказ от сотрудничества с государственными институтами и иные способы повышения «политической цены» проводимой властями политики. Таким образом, революционный характер взглядов Н. Хомского проявляется прежде всего в радикальности поставленных целей, тогда как инструментом их достижения он рассматривает постепенную общественную мобилизацию и ненасильственный гражданский активизм разных форм и направлений.

В своих рассуждениях о роли государства Н. Хомский в противовес классическому либерализму и либертарному социализму рассматривал как «неадекватные» политические системы «государственный капитализм» (развитый в США) и «государственный социализм» (существовавший в СССР), при которых общество слабо влияет на принятие решений политическими или экономическими элитами [Chomsky, 1973]. Одним из наиболее важных проявлений этой проблемы автор называет зависимость, ангажированность и подконтрольность СМИ, которые вместо выполнения своей первоочередной задачи – информирования общества – лишь тиражируют необходимые государству или бизнесу нарративы. Эту идею Н. Хомский совместно с Э. Херманом развили в наиболее известной работе о зависимости СМИ от властных элит – Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media («Производство согласия: политическая экономия СМИ») [Herman, Chomsky, 1988], где представлена разработанная авторами «модель пропаганды» – концепция, согласно которой «корпоративные» СМИ отбирают общественно важную информацию при помощи пяти «фильтров», превращающих новости в удобные для элит нарративы. Авторы полемизируют с либеральной концепцией прессы,

согласно которой СМИ являются независимым институтом общественного контроля, обеспечивающим объективное информирование граждан и свободную конкуренцию мнений. По их мнению, подобное представление игнорирует институциональные ограничения, определяющие работу современных медиа. Они утверждают, что в демократических странах ведущие средства массовой информации не являются инструментом прямой государственной пропаганды и не подвержены цензуре, как в авторитарных режимах, однако объективно функционируют таким образом, что воспроизводят интересы политических и экономических элит, используя более тонкие и скрытые механизмы манипуляции общественным сознанием [Herman, Chomsky, 1988]. Первый фильтр – структура собственности: концентрация СМИ в руках крупных коммерческих корпораций связывает редакционную политику с интересами владельцев и акционеров. Второй – зависимость от рекламы: поскольку рекламодатели являются важнейшим источником финансирования, медиа заинтересованы в контенте, не противоречащем интересам корпоративного бизнеса. Третий фильтр – зависимость от официальных источников: экономическая и организационная логика новостного производства делает государственные структуры, корпорации и другие институционально авторитетные источники основными поставщиками информации, что ограничивает присутствие альтернативных интерпретаций. Четвёртый фильтр авторы называют термином flak, который можно понимать как негативную реакцию элит на публикации журналистов: судебное, политическое, репутационное и экономическое давление на СМИ за публикацию нежелательных материалов ведет к самоцензуре. Пятый фильтр – идеологический, первоначально связанный с антикоммунизмом, а после окончания холодной войны способный создавать другие образы «внешнего врага», например терроризма или угрозы национальной безопасности. Его функция заключается в установлении допустимых рамок интерпретации событий и ограничении публичного дискурса.

В совокупности действие всех пяти фильтров формирует механизм, который авторы называют «производством согласия» (manufacturing consent). По их мнению, даже при отсутствии прямой государственной цензуры журналистика систематически воспроизводит те интерпретации социальной и политической реальности, которые соответствуют интересам доминирующих политических и экономических групп. С этих позиций объектом медиакритики должны становиться не отдельные журналистские ошибки или случаи предвзятого освещения событий, а сами структурные механизмы производства новостей. В этом контексте медиакритика направлена не столько на попытку отрегулировать существующие механизмы, профессионально-этические стандарты или идеологические подходы к работе СМИ, сколько на кардинальное переустройство медиасистемы в соответствии с левыми представлениями о политике, обществе и свободе слова. Именно этот тезис впоследствии стал методологической и идеологической основой деятельности британской гражданской медиакритической группы (media watch group) Media Lens (существует с 2001 г.), которая переносит пропагандистскую модель с уровня общей теории на уровень анализа конкретных публикаций, редакционных практик и медиадискурсов корпоративных СМИ Британии.

Трансформация идей Н. Хомского в практике левой гражданской медиакритики на примере Media Lens

Media watch groups представляют собой институты гражданского общества, осуществляющие систематический мониторинг средств массовой информации, анализ качества журналистских материалов и публичную оценку их соответствия профессиональным и общественным требованиям. Их деятельность направлена не только на защиту прав аудитории и обеспечение свободы массовой информации, но и на повышение профессионального уровня журналистики посредством общественного

контроля над функционированием медиа [Короченский, 2018а, с. 26]. Подобные организации могут существенно отличаться по своим идеологическим и политическим ориентирам, однако одними из наиболее заметных среди них являются группы медиакритиков – «леволиберальных активистов и медиаэкспертов», являющихся последователями Н. Хомского [Короченский, 2018а, с. 26].

Отметим, что Media Lens – не единственный пример гражданской медиакритической организации, опирающейся на левые идеи, постулируемые Н. Хомским. Так, одним из наиболее известных представителей данного направления выступает американская организация FAIR (Fairness and Accuracy in Reporting – «Честность и достоверность в сообщении информации»), основанная в 1986 г.[1] Подобно Media Lens, FAIR исходит из представления о том, что средства массовой информации должны выполнять общественные, а не корпоративные или государственные функции, и поэтому осуществляет систематический мониторинг деятельности СМИ, публикует медиакритические материалы, реализует образовательные проекты и выступает с инициативами, направленными на реформирование медиасистемы [Аношина, 2007]. Пример FAIR позволяет рассматривать модель пропаганды Н. Хомского и Э. Хермана не как интеллектуальный источник деятельности одной конкретной организации, а как фактор формирования целого направления англоязычной гражданской медиакритики. Как FAIR в США, так и Media Lens в Британии используют предложенную философами модель пропаганды в качестве методологической основы анализа медиатекстов, интерпретируя систематические искажения новостной повестки как следствие институционального характера современной медиасистемы, а не как совокупность отдельных журналистских ошибок.

Британская группа Media Lens, основанная Д. Эдвардсом и Д. Кромвеллом, является одной из наиболее известных гражданских организаций медиамониторинга, осуществляющих критический анализ деятельности ведущих британских СМИ, в частности освещение международной политики, вооружённых конфликтов и внешнеполитической деятельности Британии и её союзников.

В рамках исследования было проведено глубинное интервью с редакторами Media Lens. Полученные ответы позволяют сделать вывод о связи проекта с идеями и медиакритической методологией Н. Хомского. Прежде всего, обращает на себя внимание трактовка Д. Эдвардсом и Д. Кромвеллом журналистских стандартов. Редакторы Media Lens не отвергают принципы честности, точности или независимости как профессионального идеала журналистики. Напротив, в ответах в рамках интервью они исходят из того, что данные стандарты остаются нормативно значимыми, однако оказываются практически недостижимыми в рамках существующей институциональной организации корпоративных СМИ, описанной Э. Херманом и Н. Хомским: *«”Официальные” журналистские стандарты подразумевают предполагаемые стандарты объективности и беспристрастности профессиональных корпоративных СМИ. Согласно этой идее, группа «профессионально подготовленных» журналистов обладает уникальными навыками, позволяющими обеспечивать сбалансированное и беспристрастное освещение событий. В действительности же эти журналисты систематически производят предвзятые материалы, благоприятствующие интересам влиятельных государственных и корпоративных структур. Пропагандистская ценность подобных заявлений о «профессионализме» и «объективности» заключается в том, что они дают «мейнстримным» СМИ повод отвергать любую критику их собственной предвзятости, утверждая, что эта критика лишена «беспристрастности» либо исходит от журналистов-активистов, не обладающих «профессиональной» квалификацией»* [2] (здесь и далее перевод А. М. Шилина; полное интервью в оригинале см. в приложении).

[1] FAIRNESS & ACCURACY IN REPORTING. URL: https://fair.org/ (accessed: May 21, 2026)

[2] Интервью с Д. Эдвардсом и Д. Кромвеллом, проведено А.С. Шилиным 25.12.2025 (личный архив автора).

Этот тезис подтверждает и само описание проекта, в котором указывается, что объектом критики становятся не эти стандарты как таковые, а систематическое расхождение между декларируемыми профессиональными принципами и реальной практикой функционирования корпоративных медиа [1]. По их утверждению, заявления ведущих медиа о собственной объективности нередко приобретают идеологическую функцию, позволяя дискредитировать любую внешнюю критику как «непрофессиональную» или «активистскую», что превращает сами профессиональные стандарты в один из механизмов легитимации существующей медиасистемы.

Отвечая на вопрос о причинах систематических искажений новостного освещения, редакторы практически воспроизводят логику пяти фильтров «производства согласия», подчёркивая влияние структуры собственности, зависимости от рекламного рынка, привилегированного доступа государственных источников информации и давления политических и корпоративных институтов на редакционную политику. Из этого следует, что главную проблему современной журналистики они усматривают не в индивидуальной недобросовестности журналистов, а в институциональных условиях производства новостей, при которых журналисты, реагируя на критику, порой вынуждены прибегать к методам «цифрового дискурсивного сопротивления» [Cheruiyot, 2024, с. 294].

Собственное описание проекта также демонстрирует прямую преемственность по отношению к концепции «модели пропаганды» Э. Хермана и Н. Хомского. Редакторы неоднократно подчеркивают, что рассматривают корпоративные СМИ не как нейтральных посредников общественной коммуникации, а как институты, деятельность которых определяется экономическими и политическими интересами [2]. В качестве основной задачи Media Lens обозначено выявление систематических закономерностей медиапроизводства, приводящих к селективному освещению событий, воспроизводству официальной повестки и маргинализации альтернативных точек зрения. Таким образом, критика отдельных публикаций рассматривается ими лишь как средство демонстрации более глубоких структурных механизмов функционирования медиасистемы.

Авторы Media Lens специально подчеркивают, что не разделяют представления о существовании централизованного заговора или сознательной координации действий журналистов и редакций: «нашу систему нельзя свести к искусно замаскированной версии «1984», – заявляют они в описании проекта [3] и воспроизводят известное положение Н. Хомского, согласно которому «пропаганда для демократии — это то же самое, что насилие для тоталитарного государства» [4]. Эта формула отражает центральную для Media Lens мысль о том, что в демократических обществах контроль над общественным мнением осуществляется не посредством прямого принуждения, а через механизмы информационного отбора, интерпретации и конструирования повестки дня.

Одной из иллюстраций практического применения «модели пропаганды» в медиакритической деятельности Media Lens является анализ интервью Н. Хомского британскому журналисту Times Radio Мэтту Чорли в статье Souls For Sale – The Times Interviews Noam Chomsky (2023 г.) [5]. По мнению создателей проекта, в центре внимания интервью оказывается не обсуждение аргументов Н. Хомского, а попытка связать его критические оценки политики западных государств с поддержкой российской позиции в

[1] Frequently Asked Questions. Media Lens. URL: https://www.medialens.org/frequently-asked-questions/#conspiracy (accessed: May 21, 2026).

[2] The Propaganda Model: An Overview. Media Lens. URL: https://www.medialens.org/the-propaganda-model/ (accessed: May 21, 2026).

[3] Frequently Asked Questions. Media Lens. https://www.medialens.org/frequently-asked-questions/#what_do (accessed: May 21, 2026).

[4] Meaningful Democracy. 1989. Noam Chomsky interviewed by Bill Moyers. A World of Ideas, Doubleday: 38–58. URL: https://chomsky.info/1988____/ (accessed: May 22, 2026).

[5] Souls For Sale – The Times Interviews Noam Chomsky. URL: https://www.medialens.org/2023/souls-for-sale-the-times-interviews-noam-chomsky/ (accessed: May 22, 2026).

конфликте с Украиной. Media Lens обращает внимание на то, что Н. Хомский критикует действия России, однако одновременно предлагает рассматривать их в более широком контексте, сопоставляя с вооружёнными конфликтами США и их союзников, которые интервьюер в беседе, однако, предпочитает игнорировать[5]. Авторы приходят к выводу, что подобная стратегия интервьюирования отражает один из ключевых механизмов, описанных в «модели пропаганды»: смещение общественной дискуссии с анализа фактов и аргументов на обсуждение предполагаемых политических мотивов критика.

Вместе с тем глубинное интервью показывает, что Media Lens выходит за пределы исключительно дескриптивного анализа медиасистемы. Если Н. Хомский и Э. Херман стремились прежде всего объяснить механизмы функционирования корпоративных СМИ, то редакторы Media Lens в большей степени акцентируют внимание на общественной миссии медиакритики, которую авторы называют политической, активистской и журналистской практикой одновременно, а также на ее функционировании в британском массмедийном контексте: *«Анализ СМИ, предложенный Херманом и Хомским, представляет собой описательную модель того, как функционируют медиа»* [1]. Основной целью своей деятельности они называют предоставление аудитории «инструментов интеллектуальной самозащиты» (tools of intellectual self-defence – термин, перекликающийся с идеями Э. Хермана и Н. Хомского), понимая медиакритику как средство формирования независимого мышления и развития медиакомпетентности граждан. Тем самым критика СМИ рассматривается не только как исследовательская практика, но и как форма гражданского просвещения, позволяющая аудитории самостоятельно выявлять факты информационного воздействия и пропаганды.

Практическая реализация описанных мировоззренческих установок прослеживается в аналитических материалах Media Lens, посвящённых разбору публикаций британской прессы. Так, в публикации Extreme Dishonesty – The Guardian, Noam Chomsky and Venezuela (2011г.) [2], анализируя статью The Observer, посвящённую интервью Н. Хомского о Венесуэле, авторы сопоставляют опубликованный материал с полной стенограммой беседы и показывают, что журналистская интерпретация основывалась на избирательном цитировании и исключении значительной части контекста. В частности, из публикации были исключены критические замечания Н. Хомского относительно внешней политики США, условий содержания Брэдли Мэннинга и более широких оценок ситуации в Латинской Америке, тогда как заголовок и первые абзацы формировали впечатление о якобы полном разрыве философа с политикой Уго Чавеса. Сам Н. Хомский впоследствии охарактеризовал публикацию как «крайне нечестную» и «совершенно обманчивую» [3]. Подобный анализ практически воспроизводит предложенную Э. Херманом и Н. Хомским модель пропаганды, согласно которой идеологическое воздействие СМИ обеспечивается не столько прямой фальсификацией фактов, сколько механизмами отбора информации, расстановки смысловых акцентов и формирования интерпретационных рамок. В данном случае объектом критики становится не отдельная фактическая ошибка журналиста, а институционально обусловленный способ конструирования политической реальности средствами массовой информации.

Не менее показательно отношение редакторов к политической ангажированности медиакритики. Отрицая возможность абсолютно «нейтрального» анализа, они утверждают, что всякая медиакритика неизбежно опирается на определённые ценностные основания.

[1] Интервью с Д. Эдвардсом и Д. Кромвеллом, проведено А.С. Шилиным 25.12.2025 (личный архив автора).

[2] Extreme Dishonesty' – The Guardian, Noam Chomsky and Venezuela. Media Lens, 6th July 2011/ URL: https://www.medialens.org/2011/extreme-dishonesty-the-guardian-noam-chomsky-and-venezuela/ (accessed: May 22, 2026).

[3] Noam Chomsky on Afiuni: "extreme dishonesty" at The Guardian. 2011. Alekboyd, July 3, 2011. URL: https://alekboyd.blogspot.com/2011/07/noam-chomsky-afiuni-guardian-is-quite.html (accessed: August 17, 2026).

Однако, в отличие от традиционного понимания политической ангажированности, собственную позицию они связывают не с поддержкой конкретной партии или идеологии, а с универсальными этическими принципами – неприятием войны, насилия, человеческих страданий и институционализированной жадности как основы современной государственно-корпоративной системы: «*Она [медиакритика сквозь призму идеологии] оправдана уже потому, что невозможно заниматься медиакритикой вне политических взглядов. И даже если бы это было возможно, это было бы аморально. Разве можем мы – или должны – анализировать освещение средствами массовой информации геноцида, совершаемого Израилем в Газе, занимая позицию, которая никак не относится к массовому убийству женщин и детей?»* [1]. В этом отношении мировоззрение и медиакритический подход Д. Эдвардса и Д. Кромвелла во многом продолжает гуманистическую традицию Н. Хомского. Хотя медиакритика Media Lens и не опирается напрямую на его политическую философию и идеи либертарного социализма в частности, анализ публикаций проекта показывает его «левую» оптику.

Наконец, примечательно отношение редакторов к самому Н. Хомскому. Несмотря на очевидную интеллектуальную преемственность, они последовательно отказываются рассматривать себя в качестве его политических преемников, утверждая, что «*согласны с Н. Хомским в том, что никто не должен становиться чьим-либо последователем*», и подчёркивая недопустимость догматического отношения к любой интеллектуальной традиции: «*Мы восхищаемся Хомским и многому у него научились. Однако по целому ряду вопросов мы критиковали его. Это касается, в частности, его взглядов на намерения США в Сирии, его крайне слабой реакции на проблему изменения климата в 1980-х и 1990-х годах, его одобрительного отношения к самопожертвованию диссидентов, отсутствию интереса к медитации и ряда других вопросов*»[2].

Таким образом, авторы Media Lens воспринимают идеи Н. Хомского прежде всего как открытую исследовательскую, мировоззренческую и методологическую программу, допускающую критический пересмотр отдельных положений и их адаптацию к современным условиям. Такой подход позволяет рассматривать деятельность британской группы не как простое продолжение медиакритики Н. Хомского, а как её самостоятельное развитие в новых политических и медиакоммуникационных условиях.

Глубинное интервью также показывает, что редакторы Media Lens рассматривают работы Н. Хомского и Э. Хермана как методологическую основу собственной деятельности: они подчёркивают, что их аналитический подход сформировался прежде всего под влиянием модели пропаганды, изложенной в книге Manufacturing Consent [3]: *«Наш аналитический подход в значительной степени сформировался под влиянием «пропагандистской модели контроля над СМИ», представленной Эдвардом Херманом и Ноамом Хомским в их основополагающей работе «Производство согласия» (Manufacturing Consent). <...> Нас глубоко вдохновляли как работы Хермана, так и, особенно, Хомского, прежде всего их тщательные сопоставления того, как СМИ освещают, например, преступления официальных союзников по сравнению с преступлениями официальных врагов»* [4].

Особое значение редакторы Media Lens придают исследовательской методологии Н. Хомского. По их словам, наибольшее влияние на их собственную деятельность оказал широко используемый им метод «парного сопоставления» (paired examples), основанный на сравнительном анализе освещения аналогичных событий «мейнстримными» и «независимыми» медиа. Н. Хомский демонстрировал, что преступления и нарушения прав

[1] Интервью с Д. Эдвардсом и Д. Кромвеллом, проведено А.С. Шилиным 25.12.2025 (личный архив автора).

[2] Там же.

[3] Frequently Asked Questions. Media Lens. URL: https://www.medialens.org/frequently-asked-questions/#what_do (accessed: May 22, 2026)

[4] Интервью с Д. Эдвардсом и Д. Кромвеллом.

человека, совершённые государствами – «официальными врагами» США и Британии, получают значительно более широкое, эмоциональное и подробное освещение, чем аналогичные действия «официальных союзников» западных стран. Именно этот сравнительный анализ редакторы Media Lens называют одним из основных инструментов собственной медиакритической практики. В своих критических разборах Д. Эдвардс и Д. Кромвелл при помощи данного метода демонстрируют допускаемые британскими СМИ систематические искажения, основанные на зависимости от официальных источников, концепции «официальных врагов» и «официальных союзников», «достойных» и «недостойных» жертв, а также отказа от освещения некоторых неудобных элитам фактов, что в конечном итоге является попыткой осмыслить системный изъян современной британской медиасистемы – формирование «этики молчания» [Шилин, 2025а].

Не менее важным Д. Эдвардс и Д. Кромвелл считают и другой принцип Н. Хомского – опору исключительно на проверяемые источники информации, официальные документы, экспертные исследования и статистические данные. Тем самым критика СМИ в работе Media Lens строится не на «гневных нападках», а на верифицируемом сравнительном анализе журналистских материалов: «*Как уже было сказано, мы стремимся предоставить людям инструменты интеллектуальной самозащиты. За этой целью стоит более глубокое стремление – сделать всё возможное, чтобы уменьшить человеческие страдания. Мы не считаем, что гнев, ненависть и, особенно, насилие способны привести к положительным результатам, поэтому предпочитаем доносить свои идеи сдержанно и даже с небольшой долей ироничного юмора*» [1].

Так, одним из показательных примеров практической реализации медиакритической методологии Media Lens является их полемика с журналистом The Guardian Джорджем Монбиотом, публично обвинившим Н. Хомского, Э. Хермана, Дж. Пилджера и сам проект Media Lens в поддержке «отрицания геноцида». Анализируя публикацию Дж. Монбиота в статье A ‘Malign Intellectual Subculture’ – George Monbiot Smears Chomsky, Herman, Peterson, Pilger And Media Lens (2011 г.) [2], авторы демонстрируют характерный для их методологии подход: вместо идеологической полемики они последовательно реконструируют аргументацию оппонента, сопоставляют цитаты с первоисточниками и выявляют случаи вырывания высказываний из контекста, подмены тезиса и использования морально дискредитирующих ярлыков. Тем самым Media Lens фактически применяют предложенный Э. Херманом и Н. Хомским принцип анализа медийного дискурса, показывая, каким образом публичное обвинение становится инструментом ограничения допустимых рамок политической дискуссии. В данной публикации объектом критики оказывается уже не освещение международных событий, а сама практика делегитимации альтернативных точек зрения в мейнстримных СМИ.

В этом контексте необходимо отметить, что в методах своей критической деятельности Media Lens выходят за рамки классической медиакритической традиции, основанной на сравнительном, дискурсивном или нарративном анализе, и применяют для инициирования публичных дискуссий интерактивные возможности интернет-коммуникации. Проявлением подобного подхода является широкое распространение в работе Media Lens метода публичной провокации, предполагающего прямое обращение к объектам критики – британским журналистам, редакторам и медиаорганизациям – в социальных сетях и на других цифровых платформах. Подобный формат реализует принцип горизонтальной медиакритики: обсуждение переносится в публичное цифровое пространство, где к анализу журналистских материалов могут присоединяться не только профессиональные медиакритики, но и широкая аудитория [Шилин, 2025б, с. 34].

[1] Интервью с Д. Эдвардсом и Д. Кромвеллом, проведено А.С. Шилиным 25.12.2025 (личный архив автора).

[2] A ‘Malign Intellectual Subculture’ – George Monbiot Smears Chomsky, Herman, Peterson, Pilger And Media Lens. Media Lens. 2nd August 2011. URL: https://www.medialens.org/2011/a-malign-intellectual-subculture-george-monbiot-smears-chomsky-herman-peterson-pilger-and-media-lens-sp-1119850121/ (accessed: May 23, 2026).

Вместе с тем интервью показывает, что Media Lens не рассматривает пропагандистскую модель как неизменную теоретическую конструкцию или методологическое основание. По словам Д. Эдвардса и Д. Кромвелла, они неоднократно обсуждали с Н. Хомским и Э. Херманом вопрос её применимости к британской медиасистеме. Оба исследователя признают существование институциональных различий между американскими и британскими СМИ, однако считают, что действие основных структурных механизмов остаётся практически идентичным. В частности, редакторы обращают внимание на применимость всех пяти фильтров пропагандистской модели к британскому медиапространству: «*На раннем этапе нашей деятельности мы обращались и к Херману, и к Хомскому с вопросом о том, насколько их "пропагандистская модель" применима к британскому медиаконтексту. Оба признавали существование определённых различий, однако считали, что конечные результаты практически одинаковы: несмотря на отдельные различия, европейские страны, особенно союзники по НАТО, демонстрируют в целом сходные модели пропаганды*» [1]. Так, особое внимание в ответах Д. Эдвардса и Д. Кромвелла уделяется деятельности корпорации BBC, которая, несмотря на отсутствие коммерческой рекламной модели, по мнению собеседников, остаётся встроенной в государственно-политическую систему посредством механизма назначения руководства, действия Королевской хартии и постоянного политического давления на редакционную политику.

При этом редакторы Media Lens предлагают и определённое развитие модели Э. Хермана и Н. Хомского применительно к современным условиям функционирования СМИ в Британии. Наиболее существенным её ограничением они считают недостаточное внимание авторов к непосредственному влиянию разведывательных служб на деятельность крупных медиаорганизаций. В качестве примеров приводятся публикации о взаимодействии британских спецслужб с газетой The Guardian после разоблачений Э. Сноудена, а также существование в Британии Комитета по консультированию СМИ по вопросам обороны и безопасности Британии – DSMA (Д. Эдвардс и Д. Кромвелл называют его «комитетом D-Notices»), что позволяет британскому правительству ограничивать распространение информации, затрагивающей вопросы национальной безопасности [2]. Тем самым редакторы Media Lens полагают, что современные механизмы информационного контроля оказываются более сложными, чем предполагала первоначальная версия пропагандистской модели Э. Хермана и Н. Хомского.

Заключение

Гражданская медиакритика выступает сегодня не только как инструмент общественного контроля деятельности средств массовой информации, но и как самостоятельный механизм формирования медиакомпетентности аудитории, развития критического мышления и поддержания публичного диалога о роли журналистики в демократическом обществе. В отличие от академической и профессиональной медиакритики, она опирается не столько на институциональный статус своих участников, сколько на общественный запрос на независимый анализ медиасистемы, а потому способна использовать в качестве своего теоретического основания не только профессиональные стандарты журналистики, но и более широкие философские, политические и идеологические концепции.

Полученные результаты подтверждают, что влияние идей Н. Хомского на современную британскую гражданскую медиакритику носит комплексный характер и охватывает одновременно как политико-философские основания медиакритики, так и её

[1] Интервью с Д. Эдвардсом и Д. Кромвеллом, проведено А.С. Шилиным 25.12.2025 (личный архив автора).

[2] Там же.

аналитическую методологию. Материалы интервью показывают, что представители Media Lens рассматривают идеи Н. Хомского не как объект безусловного следования, а как теоретическую основу применительно к современному британскому медиапространству. В деятельности британской группы Media Lens эта концепция получила дальнейшее развитие и была адаптирована к британскому медиаконтексту и цифровой коммуникационной среде. При этом Media Lens не ограничиваются воспроизведением аналитической модели Н. Хомского, а дополняют её новыми формами гражданского участия как практики медиапросвещения, ориентированной на формирование критически мыслящей и медиакомпетентной аудитории. Тем самым британская группа демонстрирует переход от теоретической критики институциональных механизмов функционирования СМИ к практикам цифрового гражданского медиаактивизма, сохраняя при этом интеллектуальную и методологическую преемственность идей Н. Хомского.

Список источников

Хомский Н. 2012. Государство будущего. Пер. с англ. А. Керви. Под ред. Р. Пискотиной. Москва, Альпина нон-фикшн, 100 с.

Chomsky N. 1957. Syntactic Structures. The Hague: Mouton & Co, 1957. 118 p.

Chomsky N. 1967. The Responsibility of Intellectuals. New York, Review of Books, 158 p.

Chomsky N. 1973. For Reasons of State. New York: Pantheon Books, 440 p.

Chomsky N. 2008. The Essential Chomsky. New York, The New Press, 515 p.

Herman E.S., Chomsky N. 1988. Manufacturing consent: The political economy of the mass media. New York, Pantheon Books, 412 p.

Список литературы

Аношина И.В. 2007. Организация общественного мониторинга СМИ и медиакритики «FAIR» (США) в системе гражданского диалога со СМИ. В кн.: Журналистика и медиаобразование-2007. Сборник трудов II Международной научно-практической конференции (Белгород, 1–3 октября 2007 г.): в 2 т. Т. I. Под ред. А.П. Короченского. Белгород, БелГУ: 275–281.

Баканов Р.П. 2020. Медиакритика в цифровую эпоху: современные возможности и практики реализации. В кн.: Проблемы массовой коммуникации. Ч. 1. Материалы международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью (Воронеж, 14–16 мая 2020 г.). Под ред. В.В. Тулуповой. Воронеж, Факультет журналистики ВГУ: 5–7.

Баканов Р.П. 2023. Медиакритика в контексте повседневности: депрофессионализация vs модернизация. В кн.: Динамика медиасистем. Т. 3. Вып. 1. Материалы IV научно-практической конференции PMMIS «Медиатекст в новой технологической среде: достижения и проблемы» (Челябинск, 14–15 марта 2023 г.). Под ред. С.И. Симаковой. Челябинск, Челябинский государственный университет: 39–47.

Владимирова Т.Н., Славина В.А. 2018. Медиакритика: между теорией и практикой. *Вопросы теории и практики журналистики*, 7(4): 646–659. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).646-659.

Добросклонская Т.Г. 2005. Роль и задачи медиакритики в информационном обществе. В кн.: Журналистика в 2004 году. СМИ в многополярном мире. Сборник материалов научно-практической конференции (Москва, 02–05 февраля 2005 г.). Часть 1. Под ред. Я. Засурского и др. Москва, Факультет журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова: 66–68.

Красноярова О.В. 2013. Гражданская журналистика как стимул развития профессиональной журналистики. *Вопросы теории и практики журналистики*, 1: 121–125.

Короченский А.П. 2002. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Ростов-на-Дону, Международный институт журналистики и филологии, 272 с.

Короченский А.П. 2003. Медиакритика в теории и практике журналистики. Дис. … докт. филол. наук. Санкт-Петербург, 467 с.

Короченский А.П. 2004. Регулятивная роль медиакритики. В кн.: Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. Под ред. Ю.В. Казакова. Москва, Галерия: 209–226.

Короченский А.П. 2015. Мировая журналистика: история, теория, практика. Под ред. С.Г. Торчинского. Белгород, ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 240 с.

Короченский А.П. 2018а. Гражданская критика СМИ и политические процессы в медиатизированном социуме. В кн.: Культура. Политика. Понимание. (Культура, нация, государство – проблемы идентичности в контексте современной политики). Материалы VI Международной научной конференции (Белград, 17–19 мая 2018 г.). Под ред. Б. Благоевой и др. Белград, Институт политических исследований: 168–179.

Короченский А.П. 2018б. Медиакритика и реклама в СМИ. В кн.: Белоедова А.В., Казак М.Ю., Карпенко И.И. и др. Медийный текст: социальные практики, технологии, теории. Под ред. А.В. Полонского, М.Ю. Казак. Белгород, ИД «Белгород» НИУ «БелГУ»: 132–136.

Седых Т.Н. 2024. Политическая теория Ноама Хомского: позиция «ответственного интеллектуала». *Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки*, 1: 113–128. DOI: 10.55959/MSU0868-4871-12-2024-2-1-113-128

Федоров А.В. 2005. Медиаобразование, медиаграмотность, медиакритика и медиакультура. *Высшее образование в России*, 6: 134–138.

Шилин А.М. 2025а. Этика молчания корпоративных СМИ Великобритании как предмет медиакритики Media Lens (на примере освещения британскими медиа палестино-израильского конфликта). В кн.: Дискурсология и медиакритика средств массовой информации. Сборник статей V Международной научно-практической конференции (Белгород, 7–9 октября 2025 года). Под ред. А.В. Полонского, С.В. Ушаковой. Белгород, Политерра: 175–184.

Шилин А.М. 2025б. Публичная провокация как полемический приём в работе британской гражданской группы медиамониторинга и медиакритики Media Lens. *Современный дискурс-анализ*, 1(36): 27–35.

Cheruiyot D. 2024. Comparing Risks to Journalism: Media Criticism in the Digital Hate. *Digital Journalism*, 12(3): 294–313. DOI: 10.1080/21670811.2022.2030243

Fengler S. 2012. From media self-regulation to “croud-criticizm”: Media accountability in the digital age. *Central European journal of communications*, 5(2(9)): 175–189.

Fengler S. 2019. Accountability in Journalism. In: Oxford Research Encyclopedia of Communication. Ed. M. Powers. New York, NY, online edn, Oxford Academic. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.772

Hjarvard S. 2008. The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29(2): 105–134.

Lambeth E.B. 1992. Committed Journalism: An Ethic for the Profession. Bloomington, IND, Indiana University Press, 242 p.

Prochazka F., Obermaier M. 2022. Trust through Transparensy? How Journalistic Reactions to Media-Critical User Comments Affect Quality Perceptions and Behavior Intentions. *Digital Journalism*, 10(3): 452–472. DOI: 10.1080/21670811.2021.2017316

References

Anoshina I.V. 2007. The media watch group FAIR (“Fairness and Accuracy in Reporting”) in the public dialogue with mass media in USA. In: Journalism and Media Education-2007. Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference (Belgorod, October 1–3, 2007). Vol. I. Ed. A.P. Korochenskogy. Belgorod, Publ. BelGU: 275–281 (in Russian).

Bakanov R.P. 2020. Mediakritika v tsifrovuyu ehpokhu: sovremennye vozmozhnosti i praktiki realizatsii [Media Criticism in the Digital Age: Modern Opportunities and Implementation Practices]. In: Problemy massovoi kommunikatsii [Mass Communication Issues]. Part 1. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference of Researchers and Educators in Journalism, Advertising, and Public Relations (Voronezh, May 14–16, 2020). Ed. V.V. Tulupova. Voronezh, Publ. Fakul'tet zhurnalistiki VGU: 5–7.

Bakanov R.P. 2023. Media Criticism in the Context of Everyday Life: Deprofessionalization Vs Modernization? In: Dinamika mediasistem [Dynamics of Media Systems]. Vol. 3. Iss. 1. Proceedings of the 4th PMMIS Scientific and Practical Conference "Mediatekst v novoi tekhnologicheskoi srede: dostizheniya i problem" [Media Text in the New Technological Environment: Achievements and Challenges] (Chelyabinsk, March 14–15, 2023). Ed. S.I. Simakova. Chelyabinsk, Publ. Chelyabinskii gosudarstvennyi universitet: 39–47.

Vladimirova T.N., Slavina V.A. 2018. Media Criticism: Between Theory and Practice. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 7(4): 646–659 (in Russian). DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).646-659

Dobrosklonskaya T.G. 2005. Rol' i zadachi mediakritiki v informatsionnom obshchestve [The Role and Tasks of Media Criticism in the Information Society]. V kn.: Zhurnalistika v 2004 godu. SMI v mnogopolyarnom mire [Journalism in 2004: Mass Media in a Multipolar World]. Proceedings of the Scientific and Practical Conference (Moscow, February 2–5, 2005). Part 1. Eds. Ya. Zasursky i dr. Moscow, Publ. Fakul'tet zhurnalistiki Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta im. M.V. Lomonosova: 66–68.

Krasnoyarova O.V. 2013. Citizen Journalism as an Impetus of Development of Professional Journalism. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 1: 121–125 (in Russian).

Korochenskii A.P. 2002. «Pyataya vlast'»? Fenomen mediakritiki v kontekste informatsionnogo rynka ["The Fifth Estate"? The Phenomenon of Media Criticism in the Context of the Information Market]. Rostov-on-Don, Publ. Mezhdunarodnyi institut zhurnalistiki i filologii, 272 p.

Korochenskii A.P. 2003. Mediakritika v teorii i praktike zhurnalistiki [Media Criticism in the Theory and Practice of Journalism]. Dis. … Doct. Philol. Sciences. St. Petersburg, 467 p.

Korochenskii A.P. 2004. Regulyativnaya rol' mediakritiki [The Regulatory Role of Media Criticism]. In: Samoregulirovanie zhurnalistskogo soobshchestva. Opyt. Problemy. Perspektivy stanovleniya v Rossii [Self-Regulation of the Journalism Community: Experience, Problems, and Prospects for Development in Russia]. Ed. Yu.V. Kazakov. Moscow, Publ. Galeriya: 209–226.

Korochenskii A.P. 2015. Mirovaya zhurnalistika: istoriya, teoriya, praktika [World journalism: history, theory, practice]. Ed. S.G. Torchinsky. Belgorod, Publ. ID «Belgorod» NIU «BelGU», 240 p.

Korochensky A.P. 2018a. Citizen Media Criticism and Political Processes in Mediatized Society. In: Kul'tura. Politika. Ponimanie. (Kul'tura, natsiya, gosudarstvo – problemy identichnosti v kontekste sovremennoi politiki) [Culture. Politics. Understanding. (Culture, Nation, State – Problems of Identity in the Context of Contemporary Politics)]. Proceedings of the VI International Scientific Conference (Belgrade, May 17–19, 2018). Ed. B. Blagoeva i dr. Belgrad, Publ. Institut politicheskikh issledovanii: 168–179.

Korochenskii A.P. 2018b. Mediakritika i reklama v SMI [Media criticism and advertising in the media]. In: Beloedova A.V., Kazak M.Yu., Karpenko I.I. i dr. Mediinyi tekst: sotsial'nye praktiki, tekhnologii, teorii [Media text: social practices, technologies, theories]. Eds. A.V. Polonsky, M.Yu. Kazak. Belgorod, Publ. ID «Belgorod» NIU «BelGU»: 132–136.

Sedykh T.N. 2024. Noam Chomsky's Political Theory: The Position of the 'Responsible Intellectual'. *Lomonosov Political Science Journal*, 1: 113–128 (in Russian). DOI: 10.55959/MSU0868-4871-12-2024-2-1-113-128.

Fedorov A.V. 2005. Mediaobrazovanie, mediagramotnost', mediakritika i mediakul'tura [Media education, media literacy, media criticism, and media culture]. *Higher Education in Russia*, 6: 134–138.

Shilin A.M. 2025a. Ehtika molchaniya korporativnykh SMI Velikobritanii kak predmet mediakritiki Media Lens (na primere osveshcheniya britanskimi media palestino-izrail'skogo konflikta) [The ethics of silence in UK corporate media as a subject of Media Lens media criticism (based on British media coverage of the Israeli-Palestinian conflict)]. In: Diskursologiya i mediakritika sredstv massovoi informatsii [Discoursology and Media Criticism]. Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference (Belgorod, October 7–9, 2025). Eds. A.V. Polonsky, S.V. Ushakova. Belgorod, Publ. Politerra: 175–184.

Shilin A.M. 2025b. Public Provocation as a Polemical Technique in the Work of the British Civic Group of Media Monitoring and Media Criticism Media Lens. *Sovremennyi diskurs-analiz*, 1(36): 27–35.

Cheruiyot D. 2024. Comparing Risks to Journalism: Media Criticism in the Digital Hate. *Digital Journalism*, 12(3): 294–313. DOI: 10.1080/21670811.2022.2030243

Fengler S. 2012. From media self-regulation to "croud-criticizm": Media accountability in the digital age. *Central European journal of communications,* 5(2(9)): 175–189.

Fengler S. 2019. Accountability in Journalism. In: Oxford Research Encyclopedia of Communication. Ed. M. Powers. New York, NY, online edn, Oxford Academic. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.772

Hjarvard S. 2008. The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29(2): 105–134.

Lambeth E.B. 1992. Committed Journalism: An Ethic for the Profession. Bloomington, IND, Indiana University Press, 242 p.

Prochazka F., Obermaier M. 2022. Trust through Transparensy? How Journalistic Reactions to Media-Critical User Comments Affect Quality Perceptions and Behavior Intentions. *Digital Journalism*, 10(3): 452–472. DOI: 10.1080/21670811.2021.2017316.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Совместное интервью Д. Эдвардсом и Д. Кромвелом (проведено А. М. Шилиным по электронной почте 19.12.2025)

On journalistic standards and their application

1. In your texts, you often refer to "official" journalistic standards — objectivity, accuracy, independence, and others. Do you consider these standards viable and applicable in today's media environment?

'Official' journalistic standards refer to alleged standards of professional corporate media objectivity and impartiality. The idea is that a cadre of 'professionally trained' journalists are uniquely skilled in providing balanced, impartial reporting. In reality, these journalists provide consistently biased reporting that favours powerful state-corporate interests. The propaganda value of these claims to 'professionalism' and 'objectivity' is that they provide an excuse for 'mainstream' media to reject challenges to their bias on the grounds that they lack 'impartiality' or are supplied by activist journalists who are not 'professionally' qualified. Thus, no matter how consistently credible and accurate our work has been for 25 years, this has been the justification for 'mainstream' journalists ignoring the work of Media Lens as non-existent, or worthless. This bias is reflected on websites like Wikipedia, which only allow information linked from 'credible' sources, which typically means 'mainstream' sources (even trashy tabloids!). In sum, the state-corporate promotion of their 'professionalism' and 'objectivity' is an audacious, even witty, Orwellian and Machiavellian device precisely facilitating and protecting their unprofessional bias. By the way, we routinely put 'mainstream' in quotation marks when referring to the state-corporate media because they serve the interests of a tiny, elite sector of society whose interests are far removed from those of the true mainstream – the general public.

2. Where do you see the main problem in applying these norms: in the violation of these standards, or in the fact that the standards themselves function poorly within an institutional context?

The fact that a profit-oriented corporate media system is owned by wealthy individuals, is heavily dependent on advertisers, is effectively subsidised by news from state sources, and is supremely vulnerable to criticism and legal attacks from powerful institutions, relentlessly leads away from honest reporting. Everything that happens inside a corporation is consciously designed to maximise profit. That prime motive is obviously in direct conflict with the reporting of news and views that might, for example, alienate vital sources of revenue supplied by corporate advertisers, government sources and so on.

3. Is your criticism mainly aimed at improving existing media, or at developing an alternative model of how media should operate?

Our criticism has always been aimed at providing our readers with the tools of intellectual self-defence. We believe the truth can set us free, and that the more citizens are able to escape propaganda, illusions and profitable lies, the more likely a society is to find rational, peaceful solutions rooted in compassion and love. Our goal is to support free, independent thinking – what people do with that freedom is an aspect of that freedom and is not for us to decide. Of course, we are delighted when other people follow our example or develop their own strategies for promoting intellectual self-defence. When this results in positive political developments – for example, the evolution of the UK Green Party under Zack Polanski – we welcome and support them.

4. Today, media theory often uses the concepts of "post-truth" and "post-journalism." How widespread do you think this phenomenon is in British media today, and what do you see as its key characteristics? More generally, how do you relate to this phenomenon?

We don't take these terms seriously. Since Machiavelli, and long before, we have lived in very similar 'post-truth' times. Truth has always been a threat to systems of power based on lies. Instead of

rejecting the possibility of finding truth, and instead of cancelling views considered 'post-truth', we should be willing to debate claims of truth using our capacity for rational thought. For example, Donald Trump, often associated with a 'post-truth' world talks nonsense on a wide range of issues, but he *has* spoken honestly about the military-industrial-media complex within the United States that has a vested interest in starting and prolonging wars. Even Trump cannot simply be dismissed – his arguments have to be evaluated, challenged and discussed. We are opposed to casual dismissals of 'post-truth' and strongly disagree with 'cancel culture'.

On the influence of Noam Chomsky

1. To what extent do the works of Noam Chomsky shape your analytical approaches?

Our analytical approach is significantly shaped by the 'propaganda model of media control' published by Edward Herman and Noam Chomsky in their seminal work, 'Manufacturing Consent'. This model was almost entirely the work of Edward Herman. We have been greatly inspired by both Herman's and especially Chomsky's careful comparisons of media performance in covering, for example, the crimes of Official Allies as opposed to those of Official Enemies. Both Herman and Chomsky were exemplars in relying on solid information culled from verifiably credible, expert sources to support their arguments. We have also admired their restrained, rational tone, which relies on calm exposition rather than angry invective. As discussed, we are trying to provide people with the tools of intellectual self-defence. Behind that aim, is a deeper concern to do what we can to relieve suffering. We don't believe that anger, hatred and especially violence lead to positive outcomes – so we prefer to communicate our messages with restraint and even a sprinkling of (wry) humour.

2. Are there elements of Chomskyan theory that you have consciously developed or adapted to the British media context?

This might seem a pedantic point; but there is no grand 'Chomskyan theory' when it comes to the media. We are not addressing his rigorous scientific work on linguistic theory, for example. Rather, Herman and Chomsky's analysis of the media presented a descriptive *model* of how it works.

That said: yes, in the early days, we reached out to both Herman and Chomsky, asking them how their 'propaganda model' fits the British media context. They both saw differences but felt that outcomes were pretty much the same – for example, US and British populations are relentlessly propagandised for war in very similar ways. Indeed, global media output seems far more homogenous now even than when we started Media Lens in 2001. With some differences, European countries, especially Nato allies, seem to feature broadly similar patterns of propaganda.

Ed Herman wrote to us in 2002:

'On the applicability of the model to Britain, one can go through that list of filters and ask whether they fit. Ownership? Blatantly true with Murdoch, an important media proprietor, and no reason to think they are less powerful in Britain than in the US. For the BBC, the impact of government is probably at least as severe as under Thatcher, and she brought intervention to a pretty high level I do believe. Advertising? Why not effective in the UK in its usually subtle way. Sourcing? Little basis for difference from the US, although I suspect not quite as bad. Flak? Possibly not quite as bad, but flak from government and powerful lobbies is surely real. Ideology? Anticommunism, market ideology, possibly not quite as powerful as in US, but probably real--and the force of patriotism and demonization of enemies I suspect is as great and powerfully affecting ability to speak honestly on Israel or Iraq.' (Email to Media Lens, 9 December 2002)

Chomsky told us in 2004:

'I don't really agree that the British media are better than here [the US]. Different, but not really better. If I was stuck with one newspaper to read, it would be the NY [New York] Times. When I'm in England I find that I have to buy half a dozen papers even to get a general sense of what's happening in the world.' (Chomsky, email to David Edwards, 12 December 2004)

As for the BBC, although the corporation is funded by the public through a licence fee – and is therefore not reliant on advertising revenue – it still has to perform in a highly competitive, commercialised market. The BBC actually has a commercial wing which exploits BBC brands, sells BBC and other British programming for broadcast abroad with the aim of supplementing the income received by the BBC through the licence fee.

Note, too, that the BBC is essentially a state broadcaster; it operates under a Royal Charter and its senior officials are appointed by the government. Its news output conforms closely to state ideology and it can be subjected to severe flak when it is deemed to have strayed too far from the official line. This was

seen in 2004 following criticism in Lord Hutton's report into the way the BBC reported the 'sexing-up' of the government's case for invading Iraq. The BBC Chairman, the Director-General and a reporter all lost their jobs. It was again seen, recently, when the BBC's director general Tim Davie and head of news Deborah Turness resigned after criticism that a Panorama documentary misled viewers by editing a speech by Donald Trump.

In 2009, no less a figure than Greg Dyke, a former BBC director-general, openly declared that the BBC was part of an anti-democratic 'Westminster conspiracy'. A BBC article quoting Dyke, who resigned as director-general in 2004 in the wake of the Hutton report, began:

'The BBC is part of a "conspiracy" preventing the "radical changes" needed to UK democracy, the corporation's former director general has said.'

Dyke commented:

'I tried and failed to get the problem properly discussed when I was at the BBC and I was stopped, interestingly, by a combination of the politicos on the board of governors… the cabinet interestingly – the Labour cabinet – who decided to have a meeting, only about what we were trying to discuss, and the political journalists at the BBC.

'Why? Because, collectively, they are all part of the problem. They are part of one Westminster conspiracy. They don't want anything to change. It's not in their interests.'

Dyke called for a parliamentary commission to look into the 'whole political system', adding that:

'I fear it will never happen because I fear the political class will stop it.'

They did, of course – Dyke's comments were ignored and instantly buried out of sight.

3. Have you encountered limitations or weaknesses in Chomsky's model when dealing with contemporary media realities?

Again, bear in mind that the propaganda model is largely Herman's work, although Chomsky has applied it extensively with 'paired examples' to reveal how the alleged or actual crimes of Official Enemies are highlighted and pored over, while those of 'Our Allies/Friends' are minimised or swept under the carpet.

In terms of possible limitations of the model: it is arguable that Herman and Chomsky underestimated the direct influence and impact of the intelligence services on the state-corporate media. For example, Declassified UK have made a strong case that the supposedly progressive, liberal Guardian was effectively captured by British intelligence services after it published Edward Snowden's revelations; at least, when it comes to the Guardian's coverage (or non-coverage) of issues relating to 'security' and British foreign policy.

Also, note that the British government can essentially censor news that it does not wish brought to the attention of the general public by issuing so-called 'D-Notices' to British news outlets from the UK's Defence and Security Media Advisory (DSMA) Committee.

The DSMA Committee, more commonly known as the D-Notice Committee, is run by the Ministry of Defence, where it meets every six months. A small number of journalists are also invited to sit on the committee. Its stated purpose is to 'prevent inadvertent public disclosure of information that would compromise UK military and intelligence operations'. Although adherence to D-notices is voluntary, the media strongly tends towards compliance.

4. Do you consider yourselves followers of Chomsky in a political sense, or primarily in a methodological one?

We agree with Chomsky that no-one should be following anybody. We admire Chomsky and have learned a lot from him. But we have been critical of him on many issues, including his view of US intentions in Syria, his very weak response to climate change in the 1980s and 1990s, his enthusiasm for dissident self-sacrifice, his lack of interest in meditation, and so on.

On political and ideological positions

1. Your work is sometimes described as "left-liberal" or "anti-establishment." To what extent do these labels seem accurate to you?

We are not comfortable with any particular pigeonhole. We believe that greed -particularly when institutionalised in state-corporate power – is inherently harmful. We believe that the profit motive is incompatible with honest reporting. We believe that war is a great evil that can almost always be avoided but is often a choice of first resort for greed-driven interests. We believe that happiness and suffering are equal – 'my' happiness and suffering are not more or less important than 'your' happiness and suffering.

We believe that concern for others is a foundation of happiness, and hatred for others a cause of great suffering for the hater. Where we diverge from most left opinion, is that we believe that love and bliss are the nature of awareness unclouded by thought. So, while rational thought is preferable to irrational thought, ultimately, we believe that thought itself can act as a barrier to the flourishing of the most important human qualities.

2. Can media criticism be seen as inevitably political activity, or do you view it primarily as an ethical and journalistic practice?

It is all three.

3. In your view, how appropriate, effective, and ethical is media criticism when it is conducted through the lens of political views?

It is appropriate simply because it is impossible *not* to conduct media criticism outside of political views. And if it were possible, it would be immoral. Could we, or should we, try to analyse media reporting on Israel's genocide in Gaza through a lens that takes no position on the massacre of women and children? We are biased in favour of not killing anyone – men, women or children - and that of course generates a political position with regards to media misreporting of the Israeli government's crimes.

David Edwards and David Cromwell – 19 December 2025

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.
Conflict of interest: no potential conflict of interest has been reported.

Поступила в редакцию 20.06.2026
Поступила после рецензирования 01.09.2026
Принята к публикации 06.09.2026

Received June 20, 2026
Revised September 01, 2026
Accepted September 06, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Шилин Андрей Максимович, ассистент кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

Короченский Александр Петрович, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Andrey M. Shilin, Assistant of the Department of Journalism, Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

Aleksandr P. Korochensky, Doctor of Philological Sciences, Professor, Professor of the Department of Journalism, Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.