

16. *Гавриков В. А.* Концепция «нового видения» и концепция «зерна-созревания» в поэтическом мире Александра Башлачева // Филологические науки. 2018. № 2. С. 63–69.
17. *Иванов Д. И.* Логоцентрическая модель рок-текста в контексте изучения синтетической языковой личности // Вестник ВГУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 4. С. 95–100.

ПРЕДМЕТ МЕДИАКРИТИКИ: ОТ КИНОКРИТИКИ К ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЕ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЮ

Н. Б. Лысова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
lysovanb@rambler.ru*

На примере сайта Mediakritika.by рассматривается тематика и аспекты мониторинга, анализа, оценок и интерпретации современной медийной критики. Делается вывод о коренном изменении содержания медиакритики по сравнению с начальным этапом развития критики средств массовой информации.

Ключевые слова: медиакритика; средства массовой информации; кинокритика; телевизионная критика; информационная война; медиаобразование.

TOPICS OF MEDIA CRITICISM: FROM FILMS CRITICISM TO INFORMATION WAR AND MEDIA EDUCATION

N. B. Lysova

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding autor: N. B. Lysova (lysovanb@rambler.ru)*

The site Mediakritika.by examines the topics and aspects of monitoring, analysis, assessment and interpretation of modern media criticism. The conclusion is made about a radical change in the content of media criticism in comparison with the initial stage of the development of media criticism.

Key words: media criticism; mass media; film criticism; television criticism; information war; media education.

В конце XX в. происходят эволюционные процессы в сфере функционирования средств массовой информации. Они коснулись и телевизионной критики, представляющей с середины XX в. почти единственное направление медиакритики в стране. Телевидение рассматривалось как художественная система. Именно с таким названием выходит в 1981 г. монография О. Ф. Нечай – «Телевидение как художественная система», в которой основные выводы касались временного потенциала (дискретного, продолжительного, симультанного) массового экранного зрелища. Визуальный, или зрелищный, характер телевизионной коммуникации роднил ее с искусством кино, поэтому и первичное развитие медиакритика в советский период получила в ассоциации кинокритиков. Центром телевизионной критики в Белоруссии стал отдел кино и телевидения АН БССР (сегодня – отдел экранных искусств НАН Беларуси).

В период перестройки средств массовой информации, связанный с эволюцией технического оснащения массовой коммуникации, с рыночными отношениями в сфере производства медиа, тематические предпочтения медиакритики смещаются в сторону изучения социального, психологического аспекта содержания (медийный образ автора, мифотворчество, пиар-имидж и др.) медийных произведений. Появляются другие центры медиакритики: факультет журналистики БГУ (чему способствует появление новых специальностей, ориентированных на анализ продукции медиа с целью изучения ее социальной значимости, стилистического соответствия нормам и ожиданиям потребителей) с расширением собственно академической (научной) медиакритики, профессиональный журнал «Журналист» с предполагаемым развитием корпоративной («внутрицеховой») критики.

Что касается массовой медиакритики, то сегодня она активно завоевывает пространство электронной прессы. На примере сайта [Mediakritika.by](http://mediakritika.by) можем рассмотреть актуальный предмет анализа, оценки и интерпретации содержания медиапроизведений. В разделе «Аналитика» сайта в этом году на первом месте оказался анализ освещения в средствах массовой информации тем эпидемии и событий, связанных с избирательной кампанией. Смещение предмета критики на сайте [Mediakritika.by](http://mediakritika.by) в сторону политического контента очевидно. Об этой тенденционности сайта еще в 2014 г. говорил один из основателей сайт, а как об особенности национального существования СМИ в условиях политического моно-высказывания на государственных телеканалах и в прессе. Правоту слов политолога и журналиста

доказывает и то, что другие авторы, принадлежащие к иным форматам медиа, придерживаются тех же принципов отношения к собственному производству. Например, еженедельная телевизионная программа «Клуб редакторов» касается двух главных тематических направлений: содержание печатной и электронной прессы и политическая ситуация в республике и за рубежом. Предметом внутрицеховой критики, к которой можно отнести передачу «Клуб редакторов», становится социально-общественный, политический контент медийного продукта. Таким образом и на сайте Mediakritika.by, и в телепередаче «Клуб редакторов», несмотря на разный формат, на жанровые отличия (если на сайте – это в основном авторские комментарии, заметки, интервью, обозрение, то в телевизионной передаче – это круглый стол с элементами обозрения и комментария), главный предмет медиакритики один – содержание политико-информационного контента в средствах массовой информации.

Обостренное внимание именно к этому контенту вызвано информационной войной которая ведет к ослаблению доверия потребителя к продукту медиа. В таких условиях возникает потребность в особом направлении массовой медиакритики – медиаобразовании. Еще в 2016 г. в специальном сравнительном анализе белорусских и украинских сайтов Е. В. Мурюкиной [1] отмечалось, что на сайте Mediakritika.by проявляется тенденция к медиаобразованию. Подобное можно увидеть и в сегодняшних материалах сайта: «OSINT против COVID-19: как расследовать пандемию, не выходя из дома» (05.05.2020), «Почему люди не погибают от болезни? Словарь пандемии» (21.04.2020), «Как управлять командами, работающими удаленно: советы для медиаменеджеров» (21.04.2020), «Как подготовить ньюсрум к приходу искусственного интеллекта» (21.01.2020) и т. п.

Как видим, развитие медиакритики предполагает не только развитие жанров и видов критики (научная, профессиональная, массовая), но и смену собственно основной тематики, ракурса аналитического взгляда на медийные продукты: от анализа художественного аспекта к выявлению политической ориентированности и толкованию смыслов продуктов СМИ.

Библиографические ссылки

1. Мурюкина Е. В. Сравнительный анализ украинских и белорусских сайтов по медиакритике и медиаобразованию // Медиаобразование. 2016. № 2 (9). С. 80–96.