

Белорусский государственный университет

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе и  
образовательным инновациям

О. Н. Здрок

« 2 » июля 2020г.

Регистрационный № УД-8586/уч.



## МЕДИАКРИТИКА

**Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 01 10 Литературная работа (по направлениям)

направление специальности

1-23 01 10-01 Литературная работа (творчество)

2020 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 01 10-2013 и учебного плана №Е 23-269 уч. от 29.05.2015г.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

Наталья Богдановна Лысова, доцент кафедры литературно-художественной критики факультета журналистики БГУ, кандидат филологических наук, доцент.

**Рецензент:**

Лясович Светлана Михайловна, заведующая кафедрой славянской филологии Полоцкого государственного университета, кандидат филологических наук, доцент;

Воробъёв Василий Петрович, профессор кафедры медиалогии Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой литературно-художественной критики  
факультета журналистики БГУ  
(протокол № 17 от 04.06.2020 г.);

Научно-методической Советом БГУ  
(протокол № 5 от 17.06.2020 г.).

Зав.кафедрой \_\_\_\_\_ Саенкова-Мельницкая Л.П.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Курс медиакритики является важным компонентом подготовки студентов специальности «Литературная работа (творчество)». Будущие исследователи и участники публицистического процесса должны иметь навыки профессионального анализа медийных произведений, которые составляют неотъемлемую часть культурного наследия человечества и контекст существования общества. Печатные и медийные произведения занимают важное место в социокультурной жизни человека, и естественно актуально изучение медийного процесса в подготовке специалистов гуманитарной сферы, профессиональной обязанностью которых будет являться комплексный анализ, мониторинг, оценка и интерпретация произведений средств массовой информации. Дисциплина «Медиакритика» взаимодействует с другими учебными дисциплинами обучения («Методология литературного исследования», «Литература и медийное пространство», «Литературно-художественная критика» др.), которые способствуют пониманию текстов печатных и электронных СМИ, а также содействуют формированию осмысленного, рационально-логического отношения аудитории как к средствам массовой информации, так и к сложноорганизованной социально-политической и художественной современной культуре.

Задачей курса «Медиакритика» является обозначение системы тематики, функций, методов и принципов критического, междисциплинарного подхода к рассмотрению медийного произведения. Это предусматривает выявление функциональных подходов, тематических, жанрово-стилистических особенностей анализа медийных текстов, что, в свою очередь, связано с выявлением основных тенденций развития современных СМИ. Исследование подходов к анализу медийных произведений помогает создать целостную картину существования современной критики в медиа-контексте. Именно в таком культурном пространстве и существует сегодня восприятие текстов СМИ, как сложное многоуровневое явление.

Учебная дисциплина предусматривает как приобретение теоретических знаний, так и практическую деятельность студентов (например, написание критических работ в разных жанрах и анализ отдельных медийных произведений).

**Цели** данной учебной дисциплины – научить студентов обстоятельно и комплексно оценивать произведения СМИ, ориентироваться в разнообразных видах медиакритики, иметь представления про целевые установки, стили и жанры критики, вдумчиво размышлять и высказываться о современных процессах в области медиа, учитывая традиции критической

мысли и тенденции современного функционирования средств массовой информации.

Для реализации обозначенных выше целей предполагается решить следующие *задачи*:

– историко-типологическую, или проследить основные этапы развития предмета медиакритики, от образа части критики экранных искусств до особенного критического анализа многоуровневой медиасистемы в новейшее время;

– методологическую, или ввести в область профессиональной критической деятельности новые понятия, касающиеся определений особенностей и социального значения медийного процесса;

– коммуникативную, или, основываясь на новых принципах взаимоотношений современных СМИ с аудиторией, определить то влияние, которое при непосредственной помощи медиакритики оказывается как на потребителя медиа-текстов, так и на создателей и организации медийного процесса;

– маркетинговую, которая формирует имидж, репутацию средств массовой информации на социальном информативном рынке, позволяет выявить общие типологические черты коммерческой успешности авторов, проектов, программ, форматов существования медийных текстов;

– жанрово-стилистическую, которая делает объектом анализа непосредственно тексты медиакритики и рассматривает её трансформацию, уровни взаимодействия в них субъективной и объективной оценки, сочетания про-граммности, научности и объективности;

– профессионально-творческую, или создать возможность реализации творческих и аналитических способностей студентов, способствовать формированию навыков многоуровневого чтения текстов различного типа, понимания их структуры и поставленной авторами определенной задачи.

Основными задачами дисциплины являются:

- рассмотрение этапов в истории отечественной и мировой медиакритики;

- представление типологии тематики, объектов оценки как произведений, так и организации общего функционирования, особенностей формата существования медиа-системы;

- формирование устойчивых представлений о публицистичности, программности, научности, объективной и субъективной стороне медиакритики;

- демонстрация междисциплинарного характера медиакритики и её связей с другими науками о социально-культурном процессе;

- обоснование деятельности медиа как самоосознания СМИ.

**Место учебной дисциплины** в системе подготовки специалиста с высшим образованием.

Учебная дисциплина относится к циклу специальных дисциплин государственного компонента.

«Медиакритика» связана с такой дисциплиной как «Литературно-художественная критика», «Методология литературного исследования», «Литература и медийное пространство».

### **Требования к компетенциям**

Освоение учебной дисциплины «Медиакритика» должно обеспечить формирование следующих академических, социально-личностных и профессиональных компетенций:

#### **академические компетенции:**

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

#### **социально-личностные компетенции:**

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

#### **профессиональные компетенции:**

ПК-6. Анализировать и оценивать собранные данные.

ПК-10. Делать сравнительно-типологический анализ информационных ресурсов.

ПК-12. Пользоваться современными методами при изучении медийного процесса.

ПК-15. Владеть навыками глубокого осмысления медийных текстов, понимать их структуру и авторские задачи, уметь осуществлять литературную обработку собранных материалов.

ПК-17. Творчески применять полученные знания и приобретенные навыки в профессиональной деятельности.

Требования к освоению дисциплины.

По итогам изучения дисциплины «Медиакритики» студент обязан знать:

- значение, роль медиакритики в обществе, в медийном процессе;
- функции и предмет медиакритики;
- стили, медиакритики;

уметь:

– профессионально оценивать медийные произведения и процесс коммуникации СМИ с обществом;

– обозначать стили и жанры медиакритики;

– обосновывать роль медиакритики в жизни общества;

владеть:

- способами профессиональных мониторинга, анализа, оценки и интерпретации медийных текстов;
- приёмами создания качественных критических материалов разных жанров;
- навыками профессионального анализа медийных произведений.

### **Структура учебной дисциплины**

Дисциплина изучается в 7 семестре. Всего на изучение учебной дисциплины «Медиакритика» отведено:

-для очной формы получения высшего образования – 60, аудиторных – 32, из них: лекции – 16 часов, семинарских занятий – 16 часов, управляемая самостоятельная работа – 2 часа.

Трудоёмкость учебной дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Форма текущей аттестации – зачёт.

# СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

## РАЗДЕЛ 1. ПРЕДМЕТ И СВОЙСТВА МЕДИАКРИТИКИ

### Тема 1.1. Предмет медиакритики

Определение медиакритики как области журналистики, являющейся творческо-познавательной деятельностью, осуществляющей критическое познание социально значимых, актуальных творческих, профессионально-этических, правовых, экономических и технологических аспектов информационного производства в средствах массовой информации.

Критика СМИ как общение с аудиторией, в процессе которого на основе анализа, интерпретации и оценки, содержания медиатекстов и жанрово-стилевых форм его воплощения оказывается влияние на восприятие медийного содержания публикой. Изучение и оценка не только творчества создателей информационного производства и содержания СМИ, но и подвижного комплекса многообразных взаимоотношений печатной и электронной прессы с аудиторией и обществом в целом, опубликованные медийные произведения, весь содержательный комплекс СМИ (медиаконтекст). Предмет медиакритики – актуальное многоаспектное социальное функционирование средств массовой информации.

Особенности предмета медиакритики: различные языки-коды содержания СМИ (вербально-текстовые, слуховые, изобразительные знаковые системы), авторская творческая имитация действительности, выраженная в языках разных знаковых систем.

Тематика текстов медиакритики: степень полноты и истинности картин действительности, которые предлагают своей аудитории СМИ; социальные последствия деятельности СМИ; элементы художественного процесса, формальный аспект воплощения медийного содержания; репродуктивное воспроизведение в СМИ творческих работ (музыкальных произведений, кинофильмов и др.).

Достоинства и недостатки телепоказа музыкальных, развлекательных, драматических передач, клипов, рекламных роликов на ТВ и т.д.

Виды медиакритики: академическая, профессиональная (внутрикорпоративная), массовая.

Цели медиакритики: самопознание и продуктивная селекция опыта; критическая проверка на эффективность, адекватность общественным потребностям; обновление, развитие и совершенствование информационной культуры; выявление степени адекватности и полноты отображаемых явлений, выявление искажений и коррекция восприятия аудиторией

действительности, познание общества, социальных явлений и процессов, исследование социальной практики взаимодействия общества со средствами информации, внесение коррективов в профессиональную журналистскую деятельность.

Задачи медиакритики: изучение деятельности СМИ как источников регулярно предоставляемой информации о действительности; влияние на оценку аудитории действительности, выработку социальных ориентиров.

## **Тема 1.2. Субъектно-объектные характеристики медиакритики**

Типы и характеристики субъектов медиакритики: ученые и исследователи массовых коммуникаций (журналистская наука, социологи, психологи, искусствоведы); профессиональные журналисты; активисты-общественники, занимающиеся критической деятельностью в целях воздействия на общественную практику с позиций структур гражданского общества.

Виды медиакритики взаимопроникают и взаимосвязаны; это – сложное системное триединство.

Особенности академической медиакритики: научность как основное свойство; научно-публицистические работы; рассмотрение сложных и масштабных явлений и процессов; теоретический подход, концептуальное осмысление актуальных проблем медийной практики, повышенный уровень компетентности, не только исследование проблем, но и предложение способов совершенствования деятельности СМИ. Тексты академической медиакритики публикуются в научных журналах, на образовательных порталах.

Профессиональная (внутрицеховая, корпоративная) медиакритика способствует самопознанию медиасообществ.

Это - самокритика, направленная на совершенствование мастерства творческих работников СМИ, пересмотр и развитие критериев и норм профессионализма. Тексты профессиональной медиакритики публикуются в профессиональных изданиях. Предназначение профессиональной критики осуществляется через исследование творчески-нормативной базы, механизмов и условий социального функционирования профессиональных сообществ медийных работников и СМИ.

Массовая медиакритика стимулирует общественный интерес к актуальным проблемам социального функционирования СМИ. Она выступает в качестве средства обратной связи между аудиторией и СМИ, обеспечивает возможность диалога аудитории и СМИ, средства просвещения потребителей медийной информации.



Массовая медиакритика способствует выработке общественного консенсуса в отношении спорных вопросов деятельности массмедиа. Наиболее развитая часть в массовой медиакритике является телевизионная критика.

«Авторская» медиакритика основана на личных наблюдениях, мнениях, раздумьях, оценке журналистов, его индивидуальном отношении к рассматриваемым явлениям и проблемам. Медиакритика как сиюминутная рефлексия, она

лично окрашена. Это - живые непосредственные суждения, нередко сочетающиеся с поверхностным подходом к проблемам функционирования СМИ и с бессодержательной развлекательностью. Степень таланта автора

Формы медиакритики: колонки, рубрики, полосы, передачи.

Непосредственный объект медиакритики – массовое сознание потребителей медиа: его рефлексивный компонент (знания, представления о действительности); оценочный компонент (выражение отношения аудитории к отражающему СМИ явлениям и процессам); практический компонент (деятельностное, практическое отношение аудитории к действительности).

Основные типы аудитории медиакритики: сообщества профессионалов, создающих содержание медийных произведений; академические сообщества исследователей массовой коммуникации; массовая аудитория СМИ.

### **Тема 1.3. Публицистичность и научность в медиакритике**

Публицистичность медиакритики как оперативное отображение событий и оперативное влияние на событие.

Формирование оценочного суждения общественности к публикациям и образцам медийной деятельности, подвергая их на предмет соответствия представлениям о социальной полезности, критериям политической культуры, эстетики, профессионализма, нормам закона и этики.

Превалирование актуальной социальной информации, нацеленной на оперативное познание и оценку современной культуры, характерно медиакритике.

Обращение медиакритики к истории журналистики, СМИ для того лишь, чтобы с помощью исторических и культурных ссылок, противопоставлений выявлять сходства и различия для обозначения сущности и особенностей медийных произведений, содержания СМИ и их взаимоотношений с обществом.

Научность медиакритики как концептуальное рациональное рассмотрение явлений и процессов.

Презентация научности критика через: степень владения критиком инструментарием научного анализа, интерпретации и концептуализации медийных явлений и процессов как презентации научности; обширность и глубину знания закономерностей журналистского творчества и технологий медиа-пространства.

#### **Тема 1.4. Программность медиакритики**

Программность медиакритики понимается как свойство определять задачи и перспективы развития на основе анализа и осмысления рассматриваемых явлений медийных феноменов и процессов, выстраивать нормативную, идеальную либо прогнозируемую модель медийного содержания либо информационной политики, формировать и утверждать определенный социальный и духовно-эстетический идеал.

Программность реализуется через применение оценочных критериев, или контурных характеристик нормы и идеала.

Программность произведений медиакритика выявляется по сумме его работ.

Ограничительное влияние корпоративности на медиакритику. Общекорпоративная небескорыстная заинтересованность руководителей и других работников СМИ в том, чтобы проблемы их деятельности не становились объектом изучения и анализа (использование скрытой рекламы, заказных пиаровских материалов и др.).

#### **Тема 1.5. Жанрово-стилевые характеристики медиакритики**

Образность как один из обязательных атрибутов массовой медиакритики, которая возможна через:

- анализ одного предмета или разных явлений и проблем, как из медийной сферы, так и из широкого круга общественной жизни,
- выстраивания диалогов и иерархий;
- использование багажа лексики;
- использование эмоционально окрашенной речи, остроумия, хорошего слога;
- использование изобретательной композиции.

Постоянные именные колонки обозревателя-колумниста как личностно окрашенная медиакритика.

Жанры медиакритики:

1. статья (исследовательская, практико-аналитическая, полемическая);
2. рецензия;
3. обозрение;

4. комментарий (в том числе и сатирический);
5. творческий портрет;
6. фельетон;
7. реплика;
8. Интервью (аналитическое, беседа с экспертом, подборка микроинтервью со специалистами по обсуждаемой проблеме, «круглый стол»)
9. эссе.

## **РАЗДЕЛ 2. ФУНКЦИИ МЕДИАКРИТИКИ**

### **Тема 2.1. Информационно-коммуникативная функция медиакритики**

Установка устойчивого коммуникативного контакта с разнородной по составу аудиторией.

Привлечение внимания, стимулирование активной рецепции (эффективность общения).

Создать оптимальную коммуникационную ситуацию, способствующую освоению изложенных тезисов анализа

Настроить на определенное восприятие содержание своего материала: перевести из чувственного режима в рациональный, из рассудочно-бытового - в концептуальный.

Задать коммуникативный контекст, учитывая реальные характеристики, коммуникативный опыт аудитории.

### **Тема 2.2. Познавательная функция медиакритики**

Познавательная функция реализуется в единстве взаимосвязанных операций: мониторинга, анализа, интерпретации, оценки и прогноза.

Мониторинг СМИ – предварительное изучение реального состояния, систематическое отслеживание тех или иных аспектов функционирования СМИ.

Одноаспектный, комплексный, критический анализ. Проблематика и цель анализа. Анализ технической базы и технологических схем информационного производства.

Анализ медийного содержания (анализ проблемно-тематических блоков, жанровых форм, информационных кампаний, содержания отдельных медийных произведений). Определение соответствия содержания, внутренней структуры, формально-стилевых характеристик медийности публикаций.

Контент-анализ: Методики контент-анализа требуются для изучения «движущегося во времени» комплекса медийного содержания для выявления динамики, изменения содержательных характеристики того или иного средства массовой информации, изучения технологии проведения информационных кампаний в СМИ. Цель контент-анализа – получение данных о характере взаимодействия с публикой. Применение статистической обработки данных, выявление краткосрочных и долгосрочных тенденций.

Семантический и логический анализ: Изучение поэтики медийных произведений: формально-жанровое своеобразие медийных текстов, внутреннее построение, характер и взаимосвязи различных компонентов.

Связь семантического и логического анализа с эстетическим анализом.

Перспектива социологического, культурологического, политологического анализа.

Оценка как определение значения произведений в историко-культурном контексте. Познавательная операция, сопоставление с различными медийными явлениями в профессионально-творческом, профессионально-этическом, эстетическом планах, с точки зрения политических идеалов и нормативов. Критерии, оценочные суждения и личные предпочтения, симпатии и предубеждения.

Интерпретация подвергнутых анализу фактов, социальных явлений и процессов, синтез знаний, выявленных характеристик. Оптимизация процессов рецепции массовой информации. Искусство рациональной интерпретации. Теория искусства интерпретации – герменевтика.

### **Тема 2.3. Регулятивная и коррекционная функции медиакритики**

Регулирование профессиональной деятельности создателей медиатекстов: обозначение отклонений от нормативного состояния.

Внутрицеховая медиакритика – саморегулирование (наряду с другими формами саморегулирования – комиссиями по этике, профессиональным кодексом, поощрениями и порицаниями).

Обсуждение, пересмотр и совершенствование подвижной ценностно-нормативной системы профессиональной деятельности журналистов (Хартия телеведущих, Антитеррористическая конвенция).

Коррекционная функция: Коррекционное влияние на рецепцию массовой аудитории: дополнение анализируемого материала недостающей информацией, предложение аудитории альтернативных сведений, исправляющих предоставленную картину мира.

Коррекция восприятия манипулятивных мифов, стереотипов и имиджей, формируемых СМИ, рационализация рецепции СМИ.

#### **Тема 2.4. Просветительская и социально-организаторская функции медиакритики**

Широкая трансляция знания, культурных ценностей и социального опыта общения со СМИ.

Содействие развитию духовно-интеллектуального опыта, познавательных способностей, вкуса.

Задачи: критический анализ новейших СМИ, влияния передовых информационных технологий на современное общество и журналистику.

Популяризация внедряемых высокотехнологических форм массовой коммуникации, научных знаний и профессионально-этические и социальные проблемы, возникающие в обществе в связи с внедрением новейших технологий медиа. Проблемы сохранения аутентичности иллюстраций, манипулирования видеоизображением в условиях применения цифровых технологий.

Медиакритика формирует медийную культуру, отражающуюся в отношении публики к печатной и электронной прессе, в степени развитости у аудитории навыков самостоятельного разбора и оценки содержания СМИ.

Социально-организаторская функция медиакритики. Способность медиакритики активизировать практический компонент массового сознания аудитории. Побуждение людей к деятельности в целях воздействия на СМИ и на социальную среду их функционирования.

#### **Тема 2.5. Коммерческо-промоционная и рекреативная функции медиакритики**

Медиакритика как один из способов коммерческого промоушена в условиях рынка медийных продуктов.

Подчиненный характер коммерческой функции медиакритики.

Медиакритика влияет на степень социального престижа, репутацию его создателей; участвует в «создании имен», в привлечении внимания к тому или иному автору, произведению.

Современные негативные тенденции в медиакритике:

- рост спроса на анонсы, рекламу и сплетни об экранных звездах – вместо спроса углубленного анализа телепередач и их воздействия на общество;
- публикации рецензий на телепередачи и телесериалы выходят задолго до выхода в свет, т.е. в медийное пространство;

- жанр творческого портрета не как анализ и интерпретация деятельности, а как вариант коммерческой «раскрутки»;
- вместо серьезного анализа имиджа, стиля, качества работы – поверхность, хвалебность.

### **РАЗДЕЛ 3. СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ МЕДИАКРИТИКИ**

#### **Тема 3.1. Формирование диалога СМИ с аудиторией и общественного консенсуса**

Участие медиакритики в осуществлении общественного диалога по ключевым проблемам функционирования СМИ. Осуществление систематической общественной экспертизы различных аспектов деятельности СМИ.

Медиакритика о проблемах общественного доверия к СМИ.

Защита медиакритикой гуманистической культуры. Позднее создание каналов «Культура» (Россия – телеканал «Культура» в 1997г.) под воздействием медиакритики. Тенденции повышения экспрессивности медийных текстов за пределами нормативной лексики, допущение языковых и стилистических вольностей, использования молодежного сленга, блатной лексики, ошибки словоупотребления, ведущие к размыванию языковых норм).

«Язык ненависти» и «язык вражды»: дискриминационные высказывания, определения, эпитеты, применяемые к этносу, расе, вере, убеждениям.

Появление в профессиональных журналистских изданиях специальных рубрик, посвященных языковой культуре.

#### **Тема 3.2. Медиакритика и освещение в СМИ проблем общественного безопасности**

Негативные тенденции развития современных СМИ ведут к возникновению проблем общественной безопасности. Необходимость осмысленного, лишенного пассивности отношения публики к СМИ как движения к созданию демократического общества. Преодоление рудиментов пассивности и доверчивого отношения к СМИ (медиаобразование).

Современные тенденции общественного разочарования и скептицизма по отношению к СМИ. Причины кризиса доверия к СМИ находятся в ситуации сильной и многообразной зависимости от властей и коммерческих структур, в результате они не могут оказать реальное влияние на политический процесс, препятствовать социальной апатии. Дефицит в

содержании медийных текстов реального идейно-политического и культурного плюрализма, диалога.

Формирование конструктивного рационально-критического отношения к СМИ как альтернатива общественному нигилизму по отношению к СМИ.

Передозировка криминальной темы в содержании современных СМИ, тенденции намеренной драматизации и примитивизации медийных текстов в условиях доминирования коммерческих подходов. Тенденция к распространению дегуманизированной массовой культуры, культурного примитива, китча, низовой культуры. Непропорциональное увеличение доли сугубо развлекательных элементов ведет к ситуации «бегства от действительности», социального эскапизма. Рост неврозов, фобий, стирания границ между виртуальным и реальным миром, деструктивное воздействие повышения внушаемости массовой аудитории. Дефицитное внимание СМИ к проявлениям сопереживания, готовности помочь пострадавшим, к стремлению преодолеть проблемы.

Цинизм и назойливость журналистов, стремление использовать пострадавших и их близких в качестве источников информации о трагедии – культивирование деструктивного катастрофического сознания).

Формирование нового научного направления – медиапсихологии (факультет журналистики МГУ).

Инициация системных социальных, психологических, психиатрических и педагогических экспертиз и публикация их результатов в медиакритике. Медиакритика должна вырабатывать иммунитет к безнравственности медийных текстов – ввод «цензуры здравого смысла» (И. Петровская).

Анализ освещения межэтнических отношений в печатной и электронной прессе; анализ стереотипов, формируемых СМИ. Рациональный анализ концептуальности содержания скандальных телешоу.

Медиакритика должна анализировать, выявлять недостатки и просчёты и предлагать способы и решения выявленных проблем, тем самым развивать этико-нормативную базу.

### **Тема 3.3. Медиакритика и Интернет**

Узконаправленная, прециозная адресность сетевой медиакритики.

Проблемно-тематическое поле сетевой медиакритики (анализ сайтов зарубежных общественных организаций и гражданских групп за 1998-2002 гг.): анализ и обсуждение проблем, связанных с обеспечением свободы слова в журналистской деятельности; разоблачение скрытой государственной и корпоративной цензуры прессы, самоцензуры журналистов; анализ процессов слияния крупнейших медийных корпораций, влияние последствий

концентрации собственности в медийном секторе; обоснование реформ, нацеленных на ограничение влияния крупнейших корпораций в медийном секторе; разоблачение и критика проявлений расизма и ксенофобии в содержании СМИ; критический анализ медийных образов стереотипного отображения различных социальных групп.

Анализ роли СМИ в формировании политического выбора аудитории.

Выявление и корректировка псевдоновостей, умолчаний и искажений в освещении международных событий и проблем.

Анализ негативного влияния на аудиторию сценг насилия, отображаемых средствами СМИ;

Изучение влияния на аудиторию манипулятивных элементов медийного содержания, включая коммерческую рекламу. Выявление и анализ нарушений принципов профессиональной этики.

### **Тема 3.4. Медиакритика и гражданское общество. Демократический потенциал медиакритики**

Медиакритика и формирование демократической гражданской культуры. Воспитание аудитории через формирование осознанной гражданской позиции в отношении СМИ как ключевого элемента инфраструктуры современной демократии.

Критический анализ и обсуждение государственной информационной политики на основе изучения нормативных базовых документов и содержания журналистских публикаций. Участие медиакритики в дискуссиях о политике государства по отношению к СМИ.

Потенциальная роль медиакритики в создании общественного мнения.

Медиакритика и развитие правового регулирования СМИ.

Анализ влияния экономических факторов и отношений собственности в медийной сфере (противодействие рыночной концентрации СМИ, обеспечение принципов открытости и прозрачности)

Медиакритика и политический процесс.

Медиакритика против манипулирования аудиторией СМИ в коммерческих целях: медиакритика и реклама.

Медиакритика как форма подотчетности СМИ перед гражданами.  
Мониторинг СМИ и медиакритика



**Учебно-методическая карта учебной дисциплины**  
**Дневная форма получения высшего образования**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Формы контроля знаний
		Лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов УСП	
1		3	4	5	6	7	9
<b>1.</b>	<b>Предмет и свойства медиакритики</b>	<b>6</b>		<b>6</b>			
1.1.	Предмет медиакритики	1		2			письменная работа, эссе
1.2.	Субъектно-объектные отношения в медиа-критике	1					дискуссия
1.3.	Публицистичность и научность в медиакритике	1		2			устный опрос
1.4.	Программность медиакритики	1					дискуссия
1.5.	Жанрово-стилевые особенности медиакритики	2		2			письменная работа, эссе
<b>2.</b>	<b>Функции медиакритики</b>	<b>6</b>		<b>6</b>		<b>2</b>	
2.1.	Информационно-коммуникативная функция медиакритики	1		2			устный опрос
2.2.	Познавательная функция медиакритики	2		2		2	открытое задание
2.3.	Регулятивная и коррекционная функции медиакритики	1					дискуссия
2.4.	Просветительская и социально-организаторская функции медиакритики	1		2			письменная работа, эссе
2.5.	Коммерческо-промоционная и рекреативная функции медиакритики	1					устный опрос

<b>3.</b>	<b>Социальная роль медиакритики</b>	<b>4</b>		<b>4</b>			
3.1.	Формирование диалога СМИ с аудиторией и общественного консенсуса.	1		2			тест*
3.2.	Медиакритика и освещение в СМИ проблем общественного безопасности	1					дискуссия
3.3.	Медиакритика и Интернет.	1		2			устный опрос
3.4.	Медиакритика и гражданское общество. Демократический потенциал медиакритики	1					дискуссия

\* мероприятия промежуточного контроля

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Агафонова, Н. Экранное искусство: художественная и коммуникативная специфика/ Наталья Агафонова. - Минск: БГУ культуры и искусств, 2009.—273 с.
2. Адамьянц Т. З. Мотивационно-целевой анализ телепередач (Формула успеха телепередачи). М., 1994.
3. Борев В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. М., 1986.
4. Борецкий Р. Осторожно – телевидение. М., 2002
5. Буари Ф.А. Паблик рилейшиз или стратегия доверия. М., 2001.
6. Буданцев Ю.П. В контексте жизни. Системный подход и массовая коммуникация.
7. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002.
8. В зеркале критики. Из истории изучения художественных возможностей массовой коммуникации. (Под ред. В. Борева и С. Фурцевой). М., 1985.
9. Вартанова Е.Л. Теория медиа и общественная динамика [Электронный ресурс]// МедиаАльманах. 2017. №5. URL: [http // mediaalmanah.ru](http://mediaalmanah.ru).
- 10.Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб., 2001.
- 11.Гуревич П.С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М., 1991.
- 12.Землякова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М.: МГУ, 1999.
- 13.Короченский А.П. «Пятая власть?» Медиакритика в теории и практики журналистики / Короченский. – 2-е изд, испр. и доплн. Ростов н/Д: РГУ, 2013.- 280 с.
- 14.Медиасистема России: учеб. пособие / под ред. Е. Л. Вартановой. - М.: МГУ, 2017.
- 15.Науменко А. А. Управление корпоративными медиа: учеб. пособие / А. А. Науменко. – Минск: БГУ, 2020.
- 16.Нечай О.Ф. Ракурсы: О телевизионной коммуникации и эстетике. М.,1990.
- 17.Федотова Л.Н. Анализ содержания - социологический метод изучения средств массовой информации. М., 2003.

18. Фрольцова, Н.Т. От первого лица /Н. Т. Фрольцова //Белорусская медиа-сфера на современном этапе: ред. колл. Н. Т. Фрольцова (гл. ред.) [и др.]. Минск: БГУ, 2012. С.8-12.

#### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Беглов С.И. Четвертая власть: британская модель. – МГУ. М., 2002.
2. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. РУДН. М., 2002.
3. Богомолов Ю. А. Проблемы времени в художественном телевидении. М., 1977.
4. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио, телевидения. М., 1991.
5. Вартанов А.С. Телевизионная эстрада. М., 1982.
6. Вартанова Е.Л. Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. М., 1998.
7. Вачнадзе Г. Всемирное телевидение. Тбилиси, 1989.
8. Ворошилов В.В. Журналистика и бизнес. СПб., 1993.
9. Дзялошинский И.М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества. М., 2001.
10. Егоров В.В. Телевидение между прошлым и будущим. М., 1999.
11. Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л., Засурский И.И., Раскин А.В., Рихтер А. В. Средства массовой информации постсоветской России. М., 2002.
12. Корнилов Е. А., Методологические проблемы исследования журналистики. Ростов-на-Дону, 1997.
13. Нечай О.Ф. Фильм у нас дома. О телевизионном документальном фильме. Минск, 1974.
14. Нечай О.Ф. Становление художественного телефильма. Минск, 1976.
15. Нечай О.Ф. Большой мир малого экрана. Минск, 1979.
17. Телевидение вчера, сегодня, завтра. – Сборник научных статей. М., 1981.
18. Фомичева И.Д. Методика конкретных социологических исследований и печать, М., 1987.
19. Федоров А.В., Челышева И.В. Медиаобразование в России. Краткая история развития. Таганрог, 2002.

## **Перечень рекомендованных средств диагностики и методика формирования итоговой оценки**

При оценке заданий учитывается самостоятельность (40%), оригинальность (10%), способ интерпретации медийного продукта (10%), аргументированность (15%), стилистическая (15%) и интеллектуальная (10%) значимость ответов.

По итогам освоения лекционного курса, участия в семинарских занятиях, изучения необходимой литературы и ознакомления с критическими текстами разных видов студент должен ориентироваться в критериях и принципах оценки медийного произведения, знать основные стили и жанры, тематические направления, понимать специфику национальной школы медиакритики, познакомиться с текстами критиков и исследователей средств массовой информации. Знания, полученные в процессе изучения курса, помогут студентам в будущей профессиональной деятельности в качестве исследователя, критика, преподавателя.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Медиакритика» предусмотрен зачет. При выставлении итогового зачета используется рейтинговая оценка знаний студента, предусматривающая все виды работ и участия студентов (устные, письменные ответы, написание теста и эссе).

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

Формирование оценки за текущую успеваемость:

- ответы на семинарских занятиях – 50 %;
- написание эссе – 25 %;
- выполнение теста – 25 %.

Рейтинговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и зачетной оценки с учетом их весовых коэффициентов. Вес оценки по текущей успеваемости составляет 40 %, зачетная оценка – 60 %.

### **Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы студентов**

Тема 2.2. Познавательная функция медиакритики (2ч.)

- Провести дескриптивный / нарративный анализ медиатекста в письменной форме: пересказ медиатекста, перечисление действующих лиц и событий (форма контроля – анонс медиатекста на форуме образовательного портала).
- Провести структурный анализ медиа или медиатекста в письменной форме: выявление и анализ структуры медийного агентства или

медиатекста (форма контроля – реплика медиатекста или медиа на форуме образовательного портала).

- Провести контент-анализ медиатекста в письменной форме: качественно-количественный анализ содержания медиатекста с целью выявления или измерения в нем различных фактов и тенденций (форма контроля – рецензия медиатекста на форуме образовательного портала).
- Провести историко-классификационный анализ медиатекста в письменной форме: определение места медиатекста в историческом контексте (форма контроля – комментарий о медиатексте на форуме образовательного портала).
- Провести культивационный анализ медиа или медиатекста в письменной форме: анализ содержания медиасферы или медиатекста с опорой на исследования его социокультурного контекста воздействия, анализ приемов работы с аудиторией (форма контроля – обзор о медиатексте на форуме образовательного портала).
- Провести анализ персонажей медиатекста в письменной форме: разносторонний (включая компаративный) анализ характеров главных и второстепенных персонажей медиатекста (форма контроля – рецензия на медиатекст на форуме образовательного портала).
- Провести анализ стереотипов медиатекста в письменной форме: выявление и анализ стереотипного изображения людей, идей, событий, сюжетов, тем и т.д. в медиатексте (форма контроля – статья о медиатексте на форуме образовательного портала).
- Провести анализ культурной мифологии медиатекста в письменной форме: выявление и анализ мифологизации (в том числе в рамках так называемых фольклорных источников – сказок, «городских легенд» и т.д.) стереотипов фабул, тем, персонажей и т.д. в медиатексте (форма контроля – реплика о медиатексте на форуме образовательного портала).
- Провести герменевтический анализ медиа или медиатекста: комплексное исследование процесса интерпретации явлений в медиасфере или медиатексте, определение исторических, политических и иных факторов, влияющих на точку зрения

агентства/автора (форма контроля – эссе о медиа или медиатексте на форуме образовательного портала).

- Провести иконографический анализ медиатекста в письменной форме: анализ визуального ряда, языка медиатекста (форма контроля – обзорение о медиатексте на форуме образовательного портала).
- Провести семиотический анализ медиатекста в письменной форме: анализ языка знаков и символов в медиатексте (форма контроля – рецензия о медиатексте на форуме образовательного портала).
- Провести концептуальный/ философский анализ медиа или медиатекста в письменной форме: анализ философии, идеологии медийного агентства или медиатекста (форма контроля – статья о медиатексте на форуме образовательного портала).
- Провести этический анализ медиатекста: анализ медиатекста с точки зрения моральной позиции его автора(ов) и персонажей (форма контроля – комментарий о медиатексте на форуме образовательного портала).

### **Примерная тематика семинарских занятий**

#### **Семинар № 1.**

Предмет медиакритики: информация, массовая коммуникация, языки-коды содержания, авторская творческая имитация действительности, социальные последствия, элементы художественного процесса, медиаконтекст, телепоказ.

#### **Семинар № 2.**

Публицистичность и научность медиакритики как оперативное отображение событий, формирование оценочного суждения и концептуальное, рациональное рассмотрение явлений и процессов.

#### **Семинар № 3.**

Жанрово-стилевые особенности медиакритики: использование лексического ресурса, построение композиции и образности в статье, рецензии, обзорении, комментарии, анонсе, творческом портрете, фельетоне, реплике, интервью, эссе.

#### **Семинар № 4.**

Информационно-коммуникативная функция медиакритики.

Медикритика как устойчивое общение с разнородной по составу аудиторией: создание коммуникативной ситуации, стимулирование активной рецепции, перевод восприятия содержания СМИ из чувственного, рассудочно-бытового режима в рациональный и концептуальный.

Семинар № 5.

Познавательная функция медиакритики: мониторинг, анализ, интерпретация, оценка и прогноз как методика познания медиатекста.

Семинар № 6.

Просветительская и социально-организаторская функции медиакритики: трансляция и популяризация знаний, формирование зрительского вкуса и медийной культуры.

Медиаобразование как социальный опыт общения со средствами массовой информации: опыт развития.

Семинар № 7.

Формирование диалога с аудиторией и общественного консенсуса: медиакритика о проблемах общественного доверия к СМИ, о защите гуманистической культуры, о создании новых информационных поводов (каналов, передач); объяснение методов манипулятивного воздействия на массовое сознание (развенчание мифологем СМИ и скрытой пиар-деятельности).

Семинар № 8.

Медиакритика и Интернет: особая адресность и проблемно-тематическое поле сетевой медиакритики.

Деятельность сайтов, посвященных медиакритике и медиаобразованию.

### **Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины (эвристический, проективный, практико-ориентированный)**

При преподавании учебной дисциплины «Медиакритика» используются следующие методы: герменевтический, компаративистский, семиотический, метод системно-целостного анализа. Изучение дисциплины предусматривает чтение лекций по теме каждого из разделов и проведение практических занятий в виде дискуссий, презентаций студентов. На семинарах предусматривается обсуждение комментариев, рецензий, творческих портретов, эссе, обзоров, комментариев, написанных самими студентами с целью формирования навыков анализа медийного произведения. В ходе изучения разделов данной дисциплины студентам



предложено соединять лекционный материал с самостоятельной работой над учебной и специальной литературой, а также знакомством с произведениями.

При организации процесса обучения используется эвристический подход, который предусматривает:

- осуществление студентами лично-значимых открытий окружающего мира;
- демонстрацию разнообразных решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем;
- творческую самореализацию студентов в процессе создания образовательных продуктов;
- индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, проводить рефлексию собственной образовательной деятельности.

### **Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся**

Для организации самостоятельной работы студентов на образовательном портале выставлен комплекс учебных и учебно-методических материалов.

## ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЧЕТА

1. Определение, предмет (темы) исследования медиакритики.
2. Цели и задачи медиакритики.
3. Субъекты медиакритики.
4. Объекты медиакритики.
5. Публицистичность медиакритики.
6. Научность в медиакритике.
7. Программность медиакритики.
8. Стилистические характеристики медиакритики.
9. Жанры медиакритики.
10. Информационно-коммуникативная функция медиакритики.
11. Познавательная функция медиакритики. Мониторинг СМИ.
12. Проблематика и цель анализа в медиакритике.
13. Контент-анализ в медиакритике.
14. Семантический и логический анализ в медиакритике.
15. Эстетический анализ в медиакритике.
16. Оценка медийных произведений в медиакритике.
17. Интерпретация процессов рецепции массовой информации в медиакритике.
18. Регулятивная функция медиакритики.
19. Коррекционная функция медиакритики.
20. Просветительская функция медиакритики.
21. Социально-организаторская функции медиакритики.
22. Коммерческо-промоционная функция медиакритики.
23. Рекреативная функции медиакритики.
24. Социальная роль медиакритики в формировании диалога СМИ с аудиторией.
25. Медиакритика и освещение в СМИ проблем общественного безопасности.
26. Медиакритика и Интернет
27. Медиакритика и гражданское общество.
28. Демократический потенциал медиакритики.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, изучение с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)*
1	2	3	4
Медиариторика	Кафедра литературно-художественной критики	Предложений нет	Замечаний нет Протокол №15 от 27.08.2020
Сми и современная культура	Кафедра литературно-художественной критики	Предложений нет	Замечаний нет Протокол №15 от 27.08.2020

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ  
ПО ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ учебный год

№ п/п	Дополнения	Основания

Учебная программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры  
\_\_\_\_\_ (протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_ 202\_г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_

## ИНСТРУКЦИЯ:

распечатывайте (1-2 стр. двусторонние, остальные односторонние, вторая страница уже нумеруется), подписывайте у зав.кафедрой.

Потом: 1. Подписать у проректора по учебной работе и образовательным инновациям (ул. Бобруйская, 5а, 1 этаж, ректорат); Обязательно показать секретарю мой ответ, что программа в порядке, т.к. она может не поставить факсимиле Здрок О.Н.

2. Поставить печать (ул. Бобруйская, 7 каб 100 (1 этаж));

3. Разместить в электронной библиотеке БГУ подписанный вариант программы (ответственный по кафедре/факультету);

4. Ссылку на размещенную в ЭБ программу выслать на email: [Nancharyk@bsu.by](mailto:Nancharyk@bsu.by) (\*в письме указать название дисциплины и регистрационный номер. В течение двух дней после регистрации, можно позже)

Ведущий специалист учебно-методической лаборатории инноваций в образовании БГУ Гончарик Анна Адамовна

тел.: 209-51-65

email: [Nancharyk@bsu.by](mailto:Nancharyk@bsu.by)

адрес: ул. Бобруйская, 7, к. 409