

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Воронежский государственный технический университет»

Кафедра русского языка и межкультурной коммуникации

## **МЕДИАКРИТИКА В ИНТЕРНЕТЕ**

к выполнению практических работ по дисциплине

«Медиакритика в интернете» для магистрантов

направления 42.04.02 «Журналистика» (профиль «СМИ и Интернет»)

всех форм обучения

Воронеж 2021

УДК 070:004.738.5(07)

ББК 76.02я7

**Составители:**

канд. филол. наук М.В. Новикова

Медиакритика в интернете: методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Медиакритика в интернете» для магистрантов направления 42.04.02 «Журналистика» (профиль «СМИ и Интернет») всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»; сост.: М.В. Новикова. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2021. 20 с.

Основной целью указаний является выработка навыков работы с текстом в структурном, семантическом и функциональном аспектах.

Предназначены для проведения практических работ по дисциплине «Медиакритика в интернете» для магистрантов.

Методические указания подготовлены в электронном виде и содержатся в файле МУ\_Медиакритика\_в\_Интернете\_маг.pdf.

Библиогр.: 5 назв.

УДК 070:004.738.5(07)

ББК 76.02я7

**Рецензент** – Ю.С. Попова, канд. филол. наук, доц. кафедры русского языка и межкультурной коммуникации ВГТУ

*Издается по решению учебно-методического совета Воронежского государственного технического университета*

## ВВЕДЕНИЕ

Медиакритика в современном российском медиапространстве - направление, недостаточно понятое и освоенное как журналистским сообществом, так и широкой аудиторией. Тем не менее, потенциал медиакритики огромен, и это подтверждает многолетняя мировая практика. Критика СМИ является одним из факторов неформального, ненасильственного «внутрикорпоративного» регулирования деятельности средств массовой информации и журналистов. Журналистская критика СМИ представляет собой общение с аудиторией, в процессе которого на основе анализа, интерпретации и оценки медиатекстов оказывается влияние на восприятие медийного содержания публикой, а также в целом на представления о материальном и духовном мире, формирующиеся в сознании получателей массовой информации. Предметами для анализа в медиакритических выступлениях становятся не только журналистские произведения как таковые, но и широкий круг проблем, связанных со всем циклом функционирования системы СМИ, включая экономические, технические, политические, психологические, социологические аспекты деятельности массмедиа. В работах ведущих российских теоретиков журналистики медиакритика рассматривается как особое явление, стоящее на рубеже между наукой о журналистике и журналистской практикой. Лучшие образцы медиакритических выступлений обладают свойством научности, выражающейся в применении как научных методов познания, так и в использовании результатов исследований академической науки. При этом медиакритика призвана способствовать синтезу и популяризации научных знаний о социальном функционировании СМИ. Академическая медиакритика, воплощенная в критико-журналистских работах учёных и исследователей и адресованная, прежде всего, научным кругам и профессионалам массмедиа, является лишь одним видом медиакритических выступлений. Более распространена в современных медиа профессиональная критика СМИ, публикуемая преимущественно в профильных изданиях и адресованная «внутрицеховому» сообществу сотрудников СМИ.

подавляющее большинство медиакритических текстов предназначаются для массовой аудитории, и наиболее развитой специализацией здесь является критика телевизионная. Однако в последние годы активное развитие получает критика интернет-журналистики. Именно массовый тип критики СМИ призван стимулировать общественный интерес к проблемам функционирования СМИ, просвещать потребителей медийной продукции в вопросах функционирования СМИ, задавать «планку» аудиторных требований к уровню качества медиапродуктов, выступать в качестве средства обратной связи между аудиторией и СМИ.

Медиакритика как особая отрасль современной журналистики в полной мере получила свое развитие в нашей стране только в 90-е годы прошлого века. В советский период критика средств массовой информации и

пропаганды как инструмента государственной власти была фактически запрещена. Критика тех лет в основном опиралась на подходы художественной критики и рассматривала преимущественно художественно-публицистические жанры журналистики. Критическая мысль советской журналистики воплощалась в кинокритике, которая впоследствии оказала влияние на развитие российской медиакритики. В современной отечественной журналистике доля медиакритических текстов остается крайне невысокой, хотя в этой сфере регулярно выступают такие известные авторы, как И. Петровская, Ю. Богомолов, А. Вартанов, С. Тарошина, А. Кондрашов, А. Бородина и другие. Возможности «новых медиа», интерактивность системы Web 2.0 дала техническую возможность любому пользователю выступать в роли медиакритика. Развитие получила так называемая «гражданская», или любительская медиакритика, которая обладает хорошим образовательным и просветительским потенциалом. Будучи взятой на вооружение такой активно развивающейся сферой как медиаобразование, она призвана служить своего рода «тренировочной площадкой» для обретения навыков осознанного наблюдения, аргументированной оценки, выражения самостоятельной позиции любым зрителем или читателем СМИ.

## ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

**Тема 1. Сущность медиакритики. Медиакритика как новое направление в журналистике России.**

**Задание для самостоятельной работы.**

### **Вариант 1.**

СМИ с целью ознакомления с данной сферой, выявления основных тенденций и проблем. В рамках работы следует ответить на следующие вопросы:

- В каких изданиях выступают современные медиакритики? Отметить названия и типы изданий.
- Какие специальные рубрики существуют?
- В каких жанрах чаще всего выступают медиакритики?
- К какому типу критики относятся медиакритические выступления? (профессиональная, научная, массовая)
- Какие сферы медиа в каких СМИ освещаются чаще всего?
- Перечислите ряд наиболее значимых и интересных авторов.
- Какие темы и проблемы чаще всего затрагиваются?
- Какие можно отметить публицистические приемы и стилистические особенности? • Какова ситуация с развитием медиакритики в нижегородской прессе?

**Вариант 2.** Сделать обзор современного состояния медиакритики в сетевых ресурсах с целью ознакомления с данной сферой, выявления основных тенденций и проблем. В рамках работы следует ответить на следующие вопросы:

- На каких интернет-ресурсах выступают современные медиакритики? Отметить названия и типы ресурсов (онлайн-версии традиционных СМИ, мультимедийные порталы универсальной тематики, специализированные сайты, блоги, группы и аккаунты в соцсетях).
- Какова роль пользовательского контента на данных ресурсах?
- В каких жанрах чаще всего выступают медиакритики в Сети?
- К какому типу критики относятся медиакритические выступления? (профессиональная, научная, массовая)
- Какие сферы медиа в каких СМИ освещаются чаще всего?
- Перечислите ряд наиболее значимых и интересных авторов.
- Какие темы и проблемы чаще всего затрагиваются?
- Какие можно отметить публицистические приемы и стилистические особенности?
- Какова ситуация с развитием медиакритики в нижегородском интернет-пространстве?

Минимальное количество изданий в обзоре – 5, минимальное число авторов – 10. Для выполнения задания необходимо четкое представление о

границах понятия «медиакритика», какими характеристиками должны обладать произведения, относящиеся к этому типу журналистики:

1. Особая тематика. Основным предметом медиакритического текста является деятельность в СМИ в различных ее проявлениях. Чаще всего акцент делается на творческих аспектах: работе журналистов, редакторов, продюсеров, режиссеров, но также рассматриваться могут и правовые, организационные, технические, финансовые, экономические стороны работы того или иного СМИ.

2. Текст медиакритики часто сочетает в себе три компонента: информационный, публицистический, аналитический. Публицистический посыл медиакритика является обязательным для данного типа текстов, то есть сверхзадачей автора является убедить читателя, сформировать его мнение по 17 вопросам работы СМИ. Достигать своей цели он может как при помощи рационально-аналитического инструментария, выстраивая цепочки фактов и обнаруживая причинно-следственные связи, так и при помощи образных средств, риторических приемов, при этом градус авторской оценочности в данном типе текстов может быть довольно высок. Однако новостная составляющая в медиакритических текстах также является характерной, поскольку автор часто видит своей целью, прежде всего, проинформировать массового читателя (в массовой медиакритике) о резонансных событиях в мире медиа или поделиться эксклюзивной, инсайдерской информацией (для внутрицеховой критики) и при этом сформировать отношение к этим фактам. Таким образом, в медиакритическом тексте всегда присутствует явно выраженная авторская оценка.

3. Медиакритику не следует путать с кинокритикой или критикой литературной. Исторически сложилось, что они являются отдельными видами критики с собственной спецификой и системой жанров, сформировавшимися ранее, чем медиакритика. Наибольшие затруднения обычно вызывают «пограничные» области, например, критика кино в рамках телеэфира. Рекомендации следующие: к медиакритике несомненно относится критика любых телевизионных фильмов, специально снятых для телепоказа, например, телевизионных художественных и документальных сериалов. Кино, идущее в прокате, определено занимает нишу кинокритики. Художественный фильм также может стать предметом рассмотрения медиакритики, но только как часть телевизионного эфира, когда критик, например, рассматривает его место в сетке канала, сравнивает сетки каналов-конкурентов, скажем, телепоказ фильмов в новогодние праздники.

4. В последние годы существует тенденция к расширению предметного поля медиакритики. В сферу ее внимания все чаще попадает не только работа профессиональных СМИ, но также блогеров, чье влияние на современное медиапространство, да и на профессиональную журналистику становится все заметнее, поэтому осмысление блогосферы также уместно отнести к области интересов медиакритики. При выполнении задания студенту необходимо

продемонстрировать «начитанность» текстами медиакритики, осведомленность о как можно большем количестве разнообразных изданий, публикующих медиакритику различного типа, знание авторов, рубрик, их отличительных особенностей.

## **Тема 2. Основные тенденции в истории отечественной и зарубежной медиакритики.**

### **Практическое занятие.**

Цель данного занятия – познакомить магистрантов с творчеством первого отечественного медиакритика - Владимира Семеновича Саппака (1921-1961 гг.) и предложить им для осмысления его книгу «Телевидение и мы: четыре беседы» (1963 г.) Предполагается, что на занятие студенты приходят, уже предварительно ознакомившись с указанной книгой.

В аудитории происходит ее обсуждение, чтобы понять:

- а) критерии оценки телевизионных передач, которые применял В. Саппак;
- б) стиль подачи материала в творчестве данного автора.

Студенты в порядке подготовки к занятию пишут эссе на тему «Современное звучание книги В. Саппака «Телевидение и мы. Четыре беседы»: свежий взгляд на новое явление». В эссе необходимо проанализировать основные положения и идеи В. Саппака, оценить его требования, предъявляемые к работникам ТВ с точки зрения настоящего времени, выявить актуальность мыслей автора для современности. В чем критик ошибся, а что предсказал верно. Необходимо учитывать контекст и реалии того времени при анализе текста. На семинарском занятии преподаватель напоминает основные факты биографии В. Саппака, который изначально был театральным критиком (заведующим отделом критики в журнале «Театр»), но тяжелая болезнь вынудила его работать дома и по воле обстоятельств обратить свое критическое внимание на тогда еще только ищущее свой язык телевидение. Проводится обсуждение по следующим вопросам:

- На какие аспекты в работе телевидения обращает внимание В. Саппак?
- Какие недостатки он обнаруживает?
- Какие угрозы он видит в распространении и развитии ТВ?
- В чем он видит силу и преимущество телевидения?
- Какие психологические аспекты телевидения он затрагивает?
- Можно ли назвать его позицию объективной?
- Каковы особенности стилистики текста В. Саппака?

Какими выразительными средствами он пользуется? • Какое впечатление оставляет книга В. Саппака «Телевидение и мы. Четыре беседы» у современного зрителя? Что, возможно, показалось удивительным, необычным? 19 В рамках занятия предполагаются дискуссии о позиции автора по тем или иным вопросам (текст В. Саппака неоднозначен и

предполагает такое развитие событий), сильных и слабых сторонах стиля его публицистики, приемах убеждения, в чем он оказался прав, а в чем ошибался. По итогам обсуждения студенты оценивают, поменялось ли их личное впечатление, отраженное в эссе в результате дискуссии на занятии и письменно фиксируют изменения своих оценок.

### **Тема 3. Проблема авторского стиля в медиакритике.**

#### **Практическое занятие «Портрет медиакритика».**

На основании сделанного ранее обзора отечественной медиакритики студент выбирает одного автора, чье творчество показалось ему наиболее интересным (либо спорным). Студент заранее проводит анализ особенностей творческого стиля данного автора, обращая внимание на следующие аспекты:

- В каком издании публикуется автор (изданиях, ведет блог);
- Краткая биографическая справка (в профессиональном аспекте);
- Основная тематика и проблематика материалов автора в целом, какое место в них занимают тексты медиакритики;
- Каким аспектам и вопросам посвящено критическое творчество автора;
- Анализ публицистических приемов, стилистических особенностей текстов, творческой манеры.
- На каких позициях стоит автор и как он отстаивает свои ценности и аргументирует оценки (обязательны примеры);
- Есть ли повторяющиеся темы, проблемы, поводы, к которым автор возвращается?
- Какова жанровая палитра его творчества?
- Как обстоят дела с соблюдением профессиональной этики? Нет ли излишней категоричности в оценках? Насколько высок «градус оценочности»? Много ли маркированной, окрашенной лексики, особенно негативной? Применяются ли манипулятивные приемы? (обязательны примеры)
- Как материалы данного автора (колонка) вписываются в концепцию издания в целом? Регулярно ли они появляются и как часто? Когда был опубликован последний материал?
- Если критик публикуется в нескольких изданиях или ведет блог, насколько сильно отличается стилистика и проблематика текстов? Для проведения анализа необходимо выбрать не менее 6-7 материалов данного автора, которые показались наиболее характерными. Материалы следует выбирать не более чем двухлетней давности. По итогам проведенного анализа на занятии сделать доклад с мультимедийной презентацией на тему «Особенности творческого почерка медиакритика» («Портрет медиакритика»). Тексты автора, по которым проводился анализ, следует приложить к тексту анализа (обязательно те, цитаты из которых были приведены в качестве примеров).

«Портрет медиакритика» необходимо защитить на занятии: доклад на 15- 20 минут в сопровождении мультимедийной презентации, где необходимо проиллюстрировать наиболее характерные черты стиля автора, познакомить сокурсников с его творчеством. Тема 8. Проблема современной жанровой системы медиакритики Практическое занятие Вопрос о жанровой системе медиакритики остается спорным. В отличие от классической жанровой системы журналистики вопрос о месте в ней информационных жанров остается спорным. Как уже упоминалось, медиакритика всегда предполагает помимо информационной составляющей заметную авторскую оценку. Поэтому каждый раз необходимо внимательно смотреть, присутствует ли некоторая доля оценочности в информационном материале. Самих по себе информационных материалов, посвященных деятельности СМИ не так уж мало. Существуют специальные информационно-развлекательные тематические массовые издания, посвященные, скажем, телеэфиру, вроде «Телесемь» или «Теленедели», где регулярно присутствуют анонсы новых телепроектов или интервью с медиаперсонами. Тема работы СМИ, характерная для текстов медиакритики стабильно появляется в рамках таких информационных жанров, как заметка, расширенная заметка или новостной телевизионный сюжет. Информационным поводом может быть выход в эфир новой программы, уход или появление новых ведущих, жизнь героев журналистских материалов после участия в программе, обновление оборудования на ТВ, медиапортала, день рождения программы или самого СМИ. То есть, по сути, жанр информационный, но в расширенной заметке или телесюжете для информационно-аналитической программы новостной материал вполне может сопровождаться элементами аналитики, комментариями, да и определенной оценочностью в изложении фактов. Правда, источником этой оценочности чаще всего является не авторская позиция, а информационная политика самого СМИ. Поэтому говорить о заметке и ее разновидностях как жанре медиакритики было бы некорректно. Аннотация – информационный жанр, который также часто отражает тему СМИ. Представляет собой краткое изложение или представление-анонс телеили радиопередач, телевизионных фильмов. Функция его, скорее, рекламносправочная, а цель – привлечь внимание аудитории к анонсируемой передаче. Отличие от заметки довольно условное. Если поводом к заметке чаще всего служит новость, например, запуск новой программы, то аннотация, анонс – это, скорее, напоминание для зрителей посмотреть очередной выпуск уже известного медиапроекта. Данный тип текстов также не может быть отнесен в медиакритике. Информационное интервью с представителями мира медиа является довольно распространенным жанром. Чаще всего это диалоги различными известными людьми телевизионного эфира: генеральными директорами, ведущими программ, корреспондентами, реже с теми, кого относят к техническому персоналу – режиссерами, операторами. Опять же эти интервью призваны привлечь внимание к той или иной программе с их

участием. Довольно часто СМИ в информационных жанрах работают в режиме «информационного бартера»: газета или портал делает интервью с ведущим о новом телевизионном проекте, телеканал делает сюжет о новом формате журнала, либо одна программа рассказывает о другой. Все это носит характер своего рода «самопиара» среди СМИ одного холдинга или группы, либо пиара «по обмену», по взаимной договоренности. Такие схемы существуют по сей день, но данные тексты хоть и освещают деятельность СМИ, к медиакритике отнесены быть не могут, несмотря на то, что содержат оценки, чаще всего сугубо позитивные. Подобного рода похожий на медиакритику самопиар представляет собой пограничное с медиакритикой явление, копирующие формат медиакритических выступлений, которые необходимо отличать от текстов критики СМИ. То есть медиакритикой в полном смысле слова их считать некорректно. Такие тексты называют «имитационной» медиакритикой за внешнюю схожесть и общность тематики. Таким образом, необходимо иметь в виду, что текстов и материалов о СМИ, текстов, похожих на медиакритику немало. В медиакритике должна быть высказана четкая, яркая авторская оценка рассматриваемого явления. В информационных жанрах она встречается редко и ее следует отличать от восторженной оценки в промо- и рекламных материалах.

Задание: 1. Найдите в любых типах СМИ материалы в информационных жанрах (заметка, расширенная заметка, телесюжет, аннотация, информационное интервью), где были бы отражены новости СМИ, 4-5 текстов. Издания могут быть как универсальные, так и тематические.

2. Определите жанр.

3. Есть ли оценочная и публицистическая составляющая в данных текстах? Если да, то каков «градус» этой оценочности. Какими средствами выражена оценочность?

4. Какую задачу ставил перед собой автор?

5. Можно ли данный текст считать медиакритикой и почему?

### **Задания для самостоятельной работы по теме «Проблема современной жанровой системы медиакритики»**

Задание №1 Написать рецензию на одну из теле- или радиопрограмм федерального или нижегородского эфира (как вариант – YouTube-канал, спецпроект в интернет-СМИ). Рецензия в медиакритике – это жанр, в котором рассматривается, анализируется, оценивается один определенный продукт медиа. При этом под продуктом могут пониматься различные типы объектов. Это может быть, скажем, конкретный выпуск телепрограммы, конкретная публикация в газете или в сетевом издании; может быть сама программа как цикл выпусков; может быть канал на YouTube или группа в

соцсети; а может быть СМИ в целом (телеканал, радиостанция, газета, сетевое издание). В любом случае каждый из этих объектов оценивается как целостная концепция, максимально детально изучаются их различные аспекты. Чаще всего рецензированию в медиакритике подвергаются телепередачи: либо конкретные выпуски, либо программа в целом. Написание рецензии требует детального и всестороннего осмысления медиапродукта. Автор рецензии должен не просто пересказать содержание, но дать своего рода экспертную оценку его достоинств и недостатков. Что касается пересказа содержания, то оно (за редким исключением, если история уж слишком хорошо известна) все же предполагается в рамках рецензии, хотя в максимально сжатом виде. Не следует забывать об информационной составляющей медиакритики, которая призвана не только дать оценки, но и проинформировать читателя, ввести в курс дела тех, кто, скажем, не видел телепрограмму, о которой пойдет речь в рецензии. Рецензент должен не просто выразить свое субъективное мнение на продукт, но сочетать в тексте методы теоретического и эстетического исследования. Критик оценивает медиапродукт с теоретической точки зрения, как явление того или иного жанра по соответствующим категориям, но при этом и оценивает эстетику явления с точки зрения собственных представлений о должном и прекрасном, личных впечатлений, эмоций, которые этот медиатекст вызвал у него. Как уже было сказано, в рецензии не обойтись без элементов описания, но они не должны быть главными. В рецензии важно продемонстрировать внутреннюю логику построения медиапродукта, его структуру, дать характеристику творческим приемам, но при этом не ограничиваться характеристиками лишь с формальной точки зрения. Важно отметить, насколько фактическое содержание журналистского продукта соответствует действительности, провести своего рода фактчекинг, проверку достоверности. Важно провести анализ и оценку не только собственных, внутренних характеристик медиапродукта, но и обозначить его место, например, в системе телевидения (если речь идет о телепрограмме), определить, насколько он соответствует современным требованиям телевизионного бизнеса, насколько он вписывается в концепцию телеканала, насколько он отличается (или копирует) от аналогичных программ-конкурентов. При написании рецензии на телепрограмму (телеканал, канал на YouTube) необходимо обратить внимание на следующие моменты:

- Работа автора сценария, текста;
- Работа журналиста в кадре;
- Уровень операторской работы;
- Жанр программы, насколько данный продукт соответствует требованиям жанра;
- Состав интервьюируемых, компетентность и авторитетность экспертной группы;
- Качество исполнения заставки к передаче, компьютерной графики;
- Качество работы режиссера;

- Качество работы монтажера;
- Степень раскрытия социальных противоречий или проблем, о которых идет речь в данной программе;
- Наличие / отсутствие в тексте проблем, связанных с профессиональной этикой журналиста;
- Степень актуальности освещаемых в передаче проблем;
- Наличие стратегической и тактической цели произведения. Ваше понимание каждой из них;
- Наличие / отсутствие приемов журналистского воздействия на зрителей. Постарайтесь выявить и сформулировать некоторые из способов манипулирования общественным мнением;
- Насколько эта телепрограмма вписывается в формат канала;
- Какое место передача занимает в программной сетке канала (в какое время выходит, с чем «соседствует» в эфире, с чем конкурирует на других каналах)
- Выскажите предположение, кто является целевой аудиторией данного телевизионного проекта.

**Советы студентам.** Чем больше аспектов при анализе программы будет затронуто, тем более весомо и убедительно «прозвучит» ваша рецензия. Однако не следует пытаться делать «разбор по пунктам».

При написании рецензии важно помнить, что задачей является создание публицистического журналистского текста, а не учебной работы «для зачета». Подумайте о том, в каком издании могла бы появиться ваша рецензия, на какую аудиторию она рассчитана, в чем вы хотите убедить эту аудиторию. Не пытайтесь любой ценой охватить абсолютно весь перечень обозначенных в задании вопросов – они даны лишь как повод для размышлений и направления для анализа. Используйте только сильные аргументы и яркие примеры. Помните о логике изложения и продумайте ее заранее. Не стесняйтесь высказывать собственное мнение и оценки, но делайте это корректно и обоснованно, приводите доказательства вашей позиции в виде примеров из программы.

**Задание №1** Написать критический материал в жанре обзора-презентации нижегородских или федеральных информационных программ или программ в жанре интервью. Оцените разницу в стилистике, выборе материала, разнообразии тем и жанров, манере ведущих, выборе героев, оформлении 25 студии. Главный акцент сделайте на оценке качества и профессионализма журналистской работы. В качестве альтернативы – тематический обзор. Его предметом может стать любое событие, которое получило широкое освещение в различных СМИ. Задача тематического обзора – анализ работы журналистов по освещению темы (профессионализм, стилистика, полнота аргументации, выбор жанра). Оценить, изменилась ли ваша точка зрения на событие после анализа нескольких источников. Жанры обзора СМИ и обозрения и довольно часто вызывают сложности в понимании их специфики и определении их границ. Обозрение является классическим аналитическим жанром журналистики, задачей которого

является подбор и выстраивание цепочки фактов, обнаружение их связей. Принципы объединения фактов могут быть различными. Согласно этим принципам и определяются классические разновидности обозрения: пространственно-временное обозрение и тематическое обозрение. В рамках медиакритики обозрение отличается тематикой обзореваемых проблем, при этом сам принцип построения обозрений и его разновидности остаются традиционными. Пространственно-временное обозрение чаще всего дает характеристику той или иной отрасли журналистики за определенный период (реже – на определенной территории). Например, критик оценивает то, что привлекло его внимание в СМИ за месяц или даже год. Например, часто анализируют программу передач в новогоднюю ночь или в новогодние каникулы в целом или оценивают новый эфирный сезон, который традиционно наступает осенью после возвращения программ из отпусков. При этом критик не просто рассказывает о том, что показалось ему интересным в эфире, но обнажает перед читателем наиболее заметные, острые проблемы телевидения или медиaprостранства в целом, проявившиеся в обозначенный период. В центре тематического обозрения обычно стоит определенная проблема, касающаяся современной журналистики или медиасистемы (например, засилие на экране скандальных ток-шоу, покупка СМИ холдингами, проблемы региональной прессы и др.). Автор материала обычно «собирает» факты по данной проблеме, выстраивая текст таким образом, чтобы каждый из них выглядел логическим звеном. Главное здесь – не пересказать факты по той или иной проблеме, а пояснить читателям их суть и этим рядом фактов обозначить тенденцию. Таким образом, обозрение в медиакритике является тематической разновидностью классического обозрения, обращающего свое внимание на проблемы, связанные с функционированием СМИ в обществе. Обзор СМИ является заметно более распространенным жанром, чем обозрение. Его суть – осмысление какой-либо общественно значимой проблемы посредством сравнения и анализа журналистских материалов, посвященной этой проблеме. Он также является традиционным жанром аналитической журналистики, имеет богатую и долгую историю. В современной медиакритике различают несколько разновидностей обзора СМИ: обзор-презентация, тематический обзор, безадресный обзор. Обзор-презентация может решать различные задачи. Во-первых, в обзоре-презентации его автор может рассказать о наиболее интересных свежих публикациях в тех или иных СМИ и избавлять своих читателей тем самым от необходимости читать сразу несколько изданий. С другой стороны, подобные публикации как раз и могут подогревать интерес к упомянутым изданиям и мотивировать читателей к покупке очередного номера. Однако такие тексты могут носить характер «промо-бартера» и не являются медиакритическими в полном смысле слова. Во-вторых, обзор-презентация может представлять сами издания или медиапроекты. Это могут быть как новые СМИ или отдельные продукты, так и выделенные автором обзора по какому-либо признаку

(например, обзор городских новостных порталов, журналов для дошкольников, телепрограмм о науке и проч.) При этом главной задачей является не только привлечь внимание читателей к новым медиапродуктам, но и дать им экспертную оценку, сравнить конкурирующие издания, принадлежащие к одному сегменту. Это позволяет не только формировать вкус читателя, но и корректировать работу самих изданий, устранять недостатки. Тематический обзор является наиболее распространенной разновидностью обзора. Он посвящен освещению определенной темы, определенного события. Одной из задач автора обзора - представить наиболее полную и объемную картину события, собрав и проанализировав тексты СМИ, посвященные данной теме, проблеме, событию. Привлекая публикации коллег, автор стремится с их помощью познакомить аудиторию с разными оценками, мнениями, позициями, занятыми СМИ по отношению к данному событию. Чаще всего это события резонансные, неоднозначные, поскольку для написания тематического обзора необходим ряд разнообразных публикаций, выполненных в различных жанрах. Другой важной задачей тематического обзора помимо создания широкого спектра мнений по определенной теме является оценка качества работы коллег, самих текстов, которые вошли в обзор. Анализ качества журналистской работы является неотъемлемой частью публикаций в данном жанре. В последние годы в связи с развитием интернет-журналистики с ее неотъемлемым свойством гипертекстуальности жанр тематического обзора получил «второе дыхание». Например, он регулярно появляется на тематических профессиональных порталах (таких, как электронная версия журнала «Журналист» или белорусском сайте [Mediakritika.by](http://mediakritika.by)), где оценка работы журналистов по освещению той или иной темы сопровождается гиперссылками в тексте обзора на все упоминаемые материалы. Тем самым читатель имеет возможность прочитать исходные тексты самостоятельно, согласиться или не согласиться с оценками автора обзора и составить собственное суждение, как о самой теме, так и о качестве ее освещения в медиaprостранстве. Порой происходит смешение понятий «обзор» и «подборка», что является некорректным. Задачей автора обзора является не просто подобрать ряд публикаций по теме, но и проанализировать их, оценить, структурировать спектр мнений, провести сравнение, обозначить тенденцию, донести до читателя собственную позицию, то есть выступить с публицистическим текстом. Безадресный обзор также является характерным жанром для публицистического выступления по какой-либо дискуссионной теме. Отличительная черта безадресного обзора в отличие от тематического обзора – принципиальное отсутствие ссылок, причем не только прямых гиперссылок на конкретные материалы, но и простого указания автора или издания, чью позицию описывает автор безадресного обзора. Для автора важно проследить за тем, как средства массовой информации в целом обсуждают ту или иную тему, к какому выводу приходят, какие оценки выносят. Иногда своей целью автор ставит выявление проблем, тем, которые

на протяжении определенного времени (недели, месяца) в наибольшей мере волновали российскую или мировую прессу. Для автора тут важнее не позиция коллег, а рассмотрение самой сути проблемы и выражение собственного авторского мнения по данному вопросу. Публикации в СМИ становятся своего рода информационным поводом для анализа проблемы. В связи с тем, что ссылки на конкретные публикации отсутствуют, они могут заменяться так называемыми «псевдоссылками», вроде «федеральные каналы обратили внимание...», «оппозиционные журналисты заявляют...», «государственные СМИ делают акцент...», «левая пресса заявила...», «мировые СМИ выступили...» и проч. С одной стороны, это избавляет автора от возможных упреков со стороны конкретных СМИ, если тот неверно истолковал их позицию, позволяет ему мыслить «глобально», рассматривая проблемы мирового масштаба и отталкиваясь при этом от внимания прессы к ним. С другой стороны, это может предоставлять автору практически неограниченные возможности для манипуляций, приведение оценок и мнений фактически без источников, которые невозможно проверить. В этом случае аудитория должна относиться к подобному тексту исключительно как к личному мнению автора.

**Советы студентам.** При написании обзора-презентации продумайте «катеорию», внутри которой будете делать обзор медиапродуктов. Необходимо четкое понимание, на какую аудиторию рассчитан ваш обзор, по какой причине он может быть интересен и полезен, в каком издании он мог бы появиться. Будет ли это массовый читатель или профессиональный, участник рынка медиа. При написании тематического обзора имеет смысл брать резонансные темы, получившие широкое освещение в прессе, причем в различных жанрах. Темы не должны быть «мелкими», чисто новостными, иначе ваш текст превратится в подборку заметок. Но если одни издания посвятили событию статью, лонгрид, интервью, а другие ограничились заметками, возможно, имеет смысл проанализировать причины этой ситуации. В любом случае целью должен стать анализ многообразия в разработке темы, а также оценка работы журналистов. Помните, что ваша цель – журналистский публицистический текст (а не учебная работа). Вы как автор имеете право высказываться, как о самой проблеме или ситуации, так и о работе журналистов, однако соблюдайте нормы профессиональной этики, уважение к коллегам и корректность в оценках.

**Задание №2** Написать медиакритический текст в жанре реплики на один из журналистских материалов федерального или нижегородского СМИ (ТВ, радио, печатное, сетевое издание) объемом не более 3 000 знаков (с пробелами). Придумать выразительный заголовок. Реплика – жанр довольно простой и свободный. Чаще всего проблем с ее написанием у студентов не возникает, но тут есть свои требования. Реплика представляет собой своего рода высказывание по конкретному поводу. Например, если вы посмотрели телепрограмму и вас что-то возмутило, удивило, расстроило – впечатления и эмоции вполне уместны в жанре реплики. Особенность реплики в ее

монопроблематичности. То есть это небольшой публицистический текст о конкретной программе, о конкретной публикации, о конкретной фразе ведущего, в конце концов. Однако при этом нужно помнить, что реплика, как и другие медиакритические тексты ориентирована на массовую аудиторию, а значит, ваше личное авторское мнение должно быть интересно этой аудитории, быть оригинальным, спорным, остроумным. Важно не просто оценить увиденное, но и написать так, чтобы текст обратил на себя внимание читателя. Реплика делится на аргументированную и неаргументированную. В неаргументированной реплике акцент делается, прежде всего, на выражении эмоций по поводу того или иного медиапродукта. Данный тип реплики довольно распространен в гражданской медиакритике, когда непрофессиональные авторы желают высказаться (чаще всего негативно) о происходящем на экране, но не сильны в аргументации, не умеют доказать собственную позицию, часто уходят в рассуждения «о жизни» или описывают созвучные случаи из личного опыта. Такие тексты уместны на форумах или социальных сетях, однако не имеют отношения к профессиональной публицистике. Намного более высокий публицистический потенциал имеет аргументированная реплика. Ее можно считать частью рецензии, ее наброском. В аргументированной реплике, как и в рецензии, автору необходимо доказать свою точку зрения, подтвердить свои оценки примерами из программы (публикации). Однако в отличие от рецензии автору реплики нет необходимости проводить всесторонний анализ медиапродукта, достаточно остановиться только на одном конкретном аспекте, возмущившем или восхитившем более всего. Несмотря на то, что реплика предполагает небольшой объем (не более 3000 знаков с пробелами), необходимо кратко обрисовать читателю ситуацию, по поводу которой пишется реплика, ввести его в курс дела.

**При написании реплики, обращайте внимание на следующие моменты:**

1. Выбирайте публикацию (программу) на тему, в которой вы компетентны.

2. Определите жанр публикации (программы) и вспомните законы этого жанра. Не следует ждать от автора больше, чем предполагает жанр или формат. Подумайте, как информационная политика самого СМИ могла повлиять на автора программы.

3. Подумайте, в каком издании мог бы появиться ваш текст.

4. Реплика предполагает эмоциональную окрашенность текста, однако помните и о рациональных аргументах. «Градус оценочности» не должен быть чрезмерным. Соблюдайте нормы журналистской этики.

5. Подбирая заголовок, помните о специфике ресурса, на который рассчитан ваш текст (печатный, сетевой). В работе обозначьте, на какой тип ресурсов рассчитана ваша публикация.

## **ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ**

1. Предмет и объект медийной критики.
2. Медийная критика как особая форма саморегулирования журналистского сообщества.
3. Субъекты критики СМИ. Специфика «авторской» критики.
4. Массовое сознание как объект медиакритики, его компоненты. Типы аудитории медиакритики.
5. Медиакритика среди других видов критики.
6. Виды медийной критики, их сходства и различия.
7. Цели и задачи медийной критики.
8. Типологические особенности современной российской медиакритики.
9. Специфика советской телевизионной критики.
10. Становление медийной критики в России.
11. Функции медийной критики.
12. Этический аспект медийной критики.
13. Оценочная и рекреативная функции медийной критики.
14. Коммерческо-промоционная и информационно-коммуникативная функции медийной критики.
15. Свойства медиакритики.
16. Жанрово-стилевые характеристики медиакритики.
17. Рубрики о медиа в трех федеральных изданиях (на выбор студента).
18. Качество творческого почерка Анри Вартанова.
19. Особенности критики И.Петровской
20. Критическое творчество Ю.Богомолова
21. Телевизионная критика как часть медийной критики.
22. Проблема жанровой системы критики СМИ.
23. Жанр обзора и его виды.
24. Специфика жанра рецензии.
25. Задачи жанра обзора СМИ и его типология.
26. Специфика жанра статьи в медиакритике.
27. Реплика как один из востребованных жанров медиакритики.
28. Творческий портрет – один из основных жанров критики СМИ.
29. Проблема функционирования информационных жанров медиакритики.
30. «Гражданская» медиакритика: проблемы и перспективы.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Баканов Р.П. Гражданская медиакритика в информационном пространстве России // Тонус. Научное и учебно-методическое издание факультета журналистики и социологии КФУ (№ 18). – Казань: Казанск. ун-т, 2010. – С. 9 – 26.
2. Баканов Р.П. Масс-медиа глазами газет: Практические рекомендации в помощь начинающему медийному критику: Учебнометодическое пособие / Р.П. Баканов. – Казань: Издательство Казанского государственного университета, 2008. – 256 с.
3. Баканов Р.П. Медийная критика в системе современной журналистики России: Учебное пособие. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2015. – 116 с.
4. Баканов Р.П. Типологические особенности современной российской медийной критики / Р.П.Баканов // Материалы VI Международной научнопрактической конференции «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики» / Отв. ред.: Краснов С.В., Витковская Н.Г., Исакова Т.Б. – Тольятти: Волжский университет им. В.Н.Татищева, 2009. – С. 114 – 122.
5. Бейненсон В.А. Современная медиакритика: проблема взаимосвязи теории и практики // Вестник Нижегородского университета им.Н.И.Лобачевского. Филология. № 2 (2). 2014. С. 418-422.
6. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. – 322 с.
7. Ковалев-Случевский К.П. Тележурналистика XXI века. Настольная книга для познания современного ТВ. – М.: Грифон, 2012. – 176 с.
8. Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка / А.П.Короченский. – Р/н/Д: Международный институт журналистики и филологии, 2002. – 335 с.
9. Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Дисс... докт.филол. наук. – СПб., 2003.
10. Латынина Ю. И куда только смотрит телевизор? Как дешифровать новости государственного ТВ. Инструкция для пользователя / Ю.Латынина // Новая газета. – 2006. – 9.10. – С.12.
11. Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений) / С.А.Муратов. – М.: Логос, 2001. – 240 с.

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

Введение.....	3
Темы практических занятий и задания для самостоятельной работы.....	5
Контрольные вопросы.....	17
Литература.....	18

## **МЕДИАКРИТИКА В ИНТЕРНЕТЕ**

### **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

к выполнению практических работ по дисциплине  
«Медиакритика в интернете»  
для магистрантов направления 42.04.02 «Журналистика»  
(профиль «СМИ и Интернет») всех форм обучения

Составители:

Новикова Марина Владимировна

Компьютерный набор М.В. Новикова

Подписано к изданию \_\_\_\_\_.

Объем данных 51,9 Кб

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»  
394006 Воронеж, ул. 20-летия Октября, 84