А. А. Левицкая

Таганрогский институт управления и экономики

ВЫЗОВЫ МЕДИАКРИТИКИ

Проблема критического анализа СМИ становится все острее. В свете концепции ЮНЕСКО о синтезе информационной и медийной грамотности, медиакритика может стать сильным союзником медиаобразования. На примере страны, занимающей лидирующее положение в области медиаобразования – Канады, нами был рассмотрен опыт использования развивающего потенциала медиакритики в процессе формирования медиакомпетентности массовой аудитории.

Академическая медиакритика представлена в Канаде журналами «Глобал Медиа Джорнал», «Канадский журнал коммуникации», «Канадский журнал медиаисследований», «COMMposite». Что касается «внутрицеховой» медиакритики, мониторинг содержательно-тематической модели онлайн версий канадских изданий («Toronto Sun», «Vancouver Sun», «The Globe and Mail», «Le Journal de Montreal», «La Presse», «The Gazette» и др.), показал, что отдельной колонки, посвященной анализу медийных материалов, нет. Такая публикация может эпизодически появиться в разделах «Мнение» или «Обозрение». Тем не менее, словосочетание «медиакритика» часто встречается на страницах канадской версии «Хаффингтон Пост». Один из самых активных медиакритиков – журналист Джесси Браун, автор подкаста «Canadaland».

Несмотря на то, что Канада – мировой лидер в области развития медиаграмотности в рамках школы, потенциал медиакритики в плане развития медиакомпетенции взрослых канадцев не реализуется в той же мере. Наши выводы созвучны мнению канадских экспертов: «Медиакритика рассматривается как плевок в собственный колодец», – говорит Джеффри Дворкин (профессор журналистики университета Торонто, бывший редактор канала CBC) (http://www.cjr.org/feature/jesse\_brown\_punctures\_canadas.php). Потребность взрослой аудитории в комплексном, системном критическом анализе, интерпретации и оценке СМИ может быть удовлетворена посредством интеграции просветительской функции медиакритики в образовательную практику.