

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна
Должность: проректор по учебной работе
Дата подписания: 28.01.2018
Уникальный программный ключ:
0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11e2bbf73e9745d14a4851fda56d089

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Юго-Западный государственный университет» (ЮЗГУ)

Кафедра теоретической и прикладной лингвистики



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕДИАКРИТИКИ

Методические указания к практическим занятиям и СРС для преподавателей и студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика

Курск 2018

УДК 81

Составитель Т.В. Летапурс

Рецензент

Кандидат филологических наук, доцент кафедры ТПЛ
Беспалова Е.А.

Теория и практика медиакритики: Методические указания к практическим занятиям и СРС для преподавателей и студентов / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. Т.В. Летапурс. – Курск, 2018. – с. 37

Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Теория и практика медиакритики» предназначены магистрам, обучающимся по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (Современная медиаиндустрия. Язык средств массовой информации и межкультурная коммуникация). Содержат систему вопросов для закрепления теоретических знаний, дополнительный теоретический материал и выстроенную систему практических заданий, обеспечивающих формирование и закрепление знаний и навыков по изучаемой дисциплине.

Методические указания соответствуют требованиям программы, утверждённой учебно-методическим объединением по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (Современная медиаиндустрия. Язык средств массовой информации и межкультурная коммуникация).

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 14.02.18.. Формат 60x84 1/ 16.
Усл. печ.л.2,2 Уч.-изд.л.1,9. Тираж 100 экз. Заказ 765. Бесплатно.
Юго-Западный государственный университет
305040, г.Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

Введение

Предлагаемые методические рекомендации по дисциплине « Теория и практика медиакритики» предназначены для студентов факультета лингвистики и межкультурной коммуникации направления подготовки 42.04.02 – «Журналистика» для очной и заочной форм обучения.

Данные методические рекомендации ставят своей целью ознакомление магистрантов с основными положениями теории медиакритики, выработку практических навыков критического анализа и оценки состояния современной медиакритики как одного из важных факторов негосударственного регулирования системы средств массовой информации, способствующего повышению доверия граждан к прессе.

Задачи дисциплины:

- изучение этапов становления и развития медиакритики в зарубежной журналистике и отечественных масс-медиа;
- усвоение критериев объективной оценки деятельности системы СМИ и отдельных журналистов;
- осознание важности медиакритики как составной части общей культуры и как одного из ключевых компонентов формирования цивилизованного гражданского общества;
- формирование новых знаний, умений и навыков на основе современных достижений в области науки, информационных технологий и использование их в практической деятельности, достижение высокого уровня культуры личности будущего журналиста в условиях современного общества;
- развитие критического аналитического мышления, умения самостоятельно ставить актуальные и перспективные задачи научных исследований в области журналистики и решать их с помощью современных методологий, методик и информационных технологий.

Методические рекомендации и материалы, включенные в занятия, должны способствовать формированию знаний о

- теоретических характеристиках современной медиакритики, ее специфике, жанрово-стилевых разновидностях, социальной роли, функциях; процессах взаимовлияния медиакритики и гражданского общества; особенностях взаимоотношений с аудиторией СМИ;
 - роли и функциях медиакритики в интернете; форматах и жанрах повышенной сложности журналистского авторского медиаконтента, специфике, функциях, технологиях и профессиональных стандартах.
- Кроме того, помочь магистрантам овладеть умениями
- анализа и оценки языка и стиля современных СМИ; осмысления проблем государственной информационной политики, демократической гражданской культуры, правового регулирования СМИ;

- выявления определяющих экономических факторов, влияющих на деятельность СМИ, их коммерциализацию; проблем, связанных с манипуляцией в рекламе;
- формулирования и критического анализа текстов, посвященных основным тенденциям современного политического процесса;
- использования теоретических знаний в области медиакритики и для практического осуществления данного вида журналистской деятельности;
- использования современных цифровых технологий в соответствии с целями ООП магистратуры;
- осуществления коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации для решения задач профессиональной деятельности.

Каждое занятие включает в себя собеседование по теоретическим вопросам, связанным с материалом лекций, выступления и доклады студентов на заявленные темы и выполнение практических заданий, которые способствуют овладению навыками

- моделирования информационных систем;
- методологии медиакритики как познавательно-ориентирующей деятельности;
- компьютеризации как инструмента моделирования и решения информационных задач;
- создания современных медиатекстов для разных медийных платформ в профессиональной деятельности.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

Тема: **Понятие о медиакритике как об особой сфере журналистики (2 часа).**

Основные вопросы занятия:

1. Основные виды медиакритики.
2. Академическая медиакритика.
3. Профессиональная (внутрицеховая, внутрикорпоративная) медиакритика.
4. Массовая медиакритика.

Цель: формирование научных представлений и глубоких теоретических знаний об особенностях типов медиакритики.

Задачи:

- охарактеризовать основные виды медиакритики;
- познакомиться с общими и различными чертами разных видов медиакритики;
- рассмотреть соотношение понятий «внутрикорпоративная» и «массовая» медиакритика;
- развивать аналитические способности студентов;
- расширять представление как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитывать интерес и уважение к будущей специальности и профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия)

2. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия (с опорой на вопросы для самоподготовки студентов):

1. Что является предметом медиакритики?
2. Дайте определение медиакритики по А.П. Короченскому.
3. Перечислите свойства медиакритики.
4. Когда возникла медиакритика?
5. Укажите, какое воздействие имеется в виду в данной цитате А.П. Короченского? *«Медиакритика способна оказывать (???) воздействие на творческих работников и массовую аудиторию, так как по своей сути (???) представляет собой процесс воспроизводства и передачи нормативных знаний и ценностей (культурных, идеологических, деятельностных) от (???)»*
6. Какая важная часть определения медиакритики пропущена в определении А.П. Короченского:

«Зарубежными и некоторыми отечественными теоретиками медиаобразования медиакритика определяется как составная часть деятельности, нацеленной на образование и развитие личности с помощью и на материале масс-медиа с целью формирования культуры общения со СМИ, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений (???)»

7. Назовите виды медиакритики.

8. С какими видами литературной деятельности взаимодействует медиакритика?

9. Является ли медиакритика законодательно-юридической деятельностью?

3. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме занятия.

Прочитайте статью на выбор из сборника академической медиакритики: Журналистика и медиаобразование в XXI веке : сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25–27 сентября 2006 г.). Белгород : Изд-во БелГУ, 2006. – 368 с. [mediagram.ru>netcat_files/108/110/h_](http://mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_)

4. Выполнение практических заданий по теме занятия

Практическое задание 1

Обоснуйте положение, выбрав правильный ответ: «Медийная критика представляет собой единый комплексный, системный феномен, *так как...*»

- в современных условиях усиливается взаимовлияние и взаимозависимость разнородных средств массовой информации, которые действуют в системе, образуют единый социальный институт. Потребность в комплексном, системном критическом анализе, интерпретации и оценке СМИ будет увеличиваться по мере развития происходящих уже сегодня процессов конвергенции средств массовой информации – например, в форме Интернет-вещания, которое предлагает аудитории синтетичный контент, сочетающий разнородные медиатексты всех типов;

- медиакритика бурно развивается в Интернет-изданиях;

- растет стремление структур гражданского общества к созданию и применению механизмов общественного мониторинга и критики печатной и электронной прессы;

- обеспечивает развитие диалога и взаимодействия между средствами массовой информации и гражданским обществом.

Литература

1. Киселев А.П. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть [Текст]: учебник.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.– 432 с.

2. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.
3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учебник. – М.: Аспект Пресс, 2011.– 351 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

Тема: Функции медиакритики(2 часа).

Основные вопросы занятия:

1. Сущность и многообразие функций, свойственных различным видам медиакритики.
2. Характеристика отдельных функций медиакритики: информационно-коммуникативной и познавательной.
3. Исследовательские методики, используемые в медиакритике. Мониторинг СМИ, выполняемый в целях осуществления познавательной функции медиакритики.

Цель: формирование научных представлений и глубоких теоретических знаний о многообразии функций, свойственных различным видам медиакритики.

Задачи:

- рассмотреть многообразие функций, свойственных различным видам медиакритики, показать различие концепций о функциях медиакритики в зависимости от основных идеологических установок государства;
- характеризовать информационно-коммуникативную и познавательную функции медиакритики;
- проанализировать исследовательские методики, используемые в медиакритике;
- развивать аналитические способности студентов;
- расширять представление как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитывать интерес и уважение к будущей специальности и профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия)

2. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия (с опорой на вопросы для самоподготовки студентов):

1. Перечислите функции медиакритики.

2. Назовите четвертый фактор социальной роли медиакритики.
3. Что такое контент-анализ (Content Analysis)?
4. Дайте определение медиатекста.
5. На каких методиках основывается подфункция анализа познавательной функции медиакритики?

3. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме занятия.

Прочитайте и законспектируйте отрывок из статьи Н. В. Алешиной «К ВОПРОСУ О ФУНКЦИЯХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МЕДИАКРИТИКИ» // А.П. Короченский. Журналистика и медиаобразование в XXI веке : сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород : Изд-во БелГУ, . – 2006 – 368 с.,

Наряду с анализом материалов периодики, касающихся конкретных сфер социальной жизни, в работах Н. Вайнонена встречается *критическое рассмотрение проблематики взаимоотношений официальной прессы и учредивших ее властных структур [5, 36-38]*. Рассматривая газетные публикации, Вайнонен утверждает, что между изданиями и учредителями *отсутствует взаимовыгодная форма контактов, которая позволила бы организовать в печати конструктивный диалог между обществом и властью предрасполагающими – предпосылку создания гражданского общества*. В обзоре критик ставит *вопрос о роли журналиста в решении социальных проблем*. Здесь же он выделяет несколько критериев, позволяющих определить, насколько региональное издание и его учредитель отвечают идеалу качественного сотрудничества: «информативность, степень и характер критичности газеты по отношению к власти, проблемность материалов, близость к читателю». В соответствии с первым выделенным критерием Вайнонен констатирует, что *большинству газет не удается выбрать верную платформу для всестороннего представления читательской аудитории необходимой информации*. В итоге формируется искаженная картина действий власти и социальной действительности – и медиакритик реализует свою коррекционную функцию, отмечая это.

Но Вайнонен не ограничивается этим. Он *вносит несколько предложений*, последовав которым, можно изменить сложившуюся ситуацию к лучшему.

- Во-первых, аккредитованный при властном органе *журналист должен быть информированным обо всех мероприятиях - и не только сугубо официальных*. Тогда читатель узнает «реальную картину будней власти», а не скупой официоз либо компромат и скандалы, которые формируют настроения скепсиса и недоверие к действующей власти.
- Во-вторых, *задачей пресс-служб должно стать побуждение чиновников выступать в газете, это еще один «способ создать о себе объективное мнение»*.
- В-третьих, *Вайнонен советует печатать все нормативно-правовые документы региона отдельно от основного номера газеты и рассылать их адресно, не включая в общий тираж и цену подписки*. Другим решением может являться придание вкладке статуса официального бюллетеня. Такая программа действий повысит информативность газеты и устранил раздражающую публику отчетность материалов, касающихся освещения работы властей.

Таким образом, в творчестве Н. Вайнонена мы можем найти и примеры реализации регулятивной функции «внутрицеховой» медиакритики, стимулирующей повышение профессионализма и эффективности журналистов и прессы. Например, в публикации «Сократ был согласен с «Ульяновской правдой» (2003) затрагивается вопрос о профессионально-творческих и профессионально-этических нормах деятельности

журналистов газет «Московский комсомолец» и «Комсомольская правда». По мнению Вайнонена, данные издания являются лучшими с чисто «ремесленной» точки зрения, косвенным подтверждением чему служит их высокий тираж. Но вместе с тем критик призывает коллег из «желтых» изданий не ориентироваться в выборе тем и приоритетов публикаций на «высокий доход, получаемый рабским обслуживанием любых читательских интересов и пристрастий, от самых насущных до самых низменных» [3, 35 - 37].

В целом признавая правомерность классификации функций медиа- критики, предложенной А.П. Короченским, тем не менее, необходимо уточнить и расширить некоторые её положения, исходя из изучения специфики профессиональной медиакритики, в том числе творчества Н. Вайнонена. Так, с точки зрения А.П. Короченского, «внутрицеховая медиакритика реализует свою регулятивную функцию, выступая в качестве внутрикорпоративного регулятора – компонента системы профессионального саморегулирования сообществ творческих работников СМИ и ... концентрируется на вопросах профессионально-творческой и профессионально-этической нормативности творчества создателей медийного содержания, вскрывает и анализирует отступления от нормативов, участвует в их обновлении» [1, 78]. Признавая связь регулятивной функции с воспитательным воздействием медиакритики на создателей медийного содержания и массовую аудиторию, А. П. Короченский, тем не менее, отрицает за критикой возможность выполнять социально-педагогическую функцию. ***На наш взгляд, нельзя однозначно отделять в рамках регулятивной функции воспитательный аспект от образовательного аспекта: оба, несомненно, находятся во взаимосвязи и не могут выступить один без другого.***

Вследствие этого представляется необходимым говорить о ***специфической цели регулятивной функции медиакритики, связанной с передачей нормативных знаний о профессиональной деятельности.*** Экспертно-образовательная цель профессиональной медиакритики реализуется через аксиологический и социально-деятельностный аспекты, обеспечивающие формирование у членов журналистского сообщества мотивации к рациональному познанию основ своей профессиональной деятельности посредством восприятия накопленного медиакритиком опыта работы. Аксиологический аспект отражают выраженные в работе медиакритика представления о ценностях и нормах, которые составляют «эталон» профессионального поведения. Этот аспект реализуется в медиакритическом произведении через передачу наставлений и демонстрацию примеров нормативных и ненормативных действий, что во многом определяется программностью медиакритики (как и любого другого вида критики).

Трансляция традиционной модели поведения и деятельности в критических материалах является одним из способов приобщения новых членов сообщества журналистов к традициям и профессиональному «кодексу» данного сообщества. Поэтому её наиболее существенная роль – это роль аксиологического ориентира в процессе формирования журналиста-профессионала, а не формальное описание его творчества, как это происходит в ходе образовательного процесса в учебных заведениях. При этом самосохранение и устойчивость сообщества журналистов, с позиции целей медиакритика, должно выступать в пересечении и наложении двух плоскостей: когнитивной и социально-деятельностной. В этом процессе когнитивное подкрепляется социальным.

В ходе достижения образовательной цели при реализации регулятивной функции профессиональной медиакритики происходит передача не только знаний о стандартах и образцах профессиональной деятельности журналиста. Попутно возникает возможность сформулировать и распространить в профессиональном сообществе журналистов различные практические рекомендации.

Подобные рекомендации способна вырабатывать и академическая медиакритика, но её произведения, к сожалению, недоступны широкому кругу практикующих журналистов,

т. к. преимущественно циркулируют в рамках научного сообщества исследователей журналистики. Цель большинства «внутрицеховых» критических публикаций – показать и исправить ошибки, научить писать, приблизить к канонам и правилам, выработанным на основе журналистской практики и изложенным в теории журналистики. Следовательно, профессиональная медиакритика не может существовать без осуществления образовательных задач.

Необходимо отметить, что достижение образовательной цели возможно лишь в случае, если критик обладает определенным морально- профессиональным статусом и может выступать экспертом, заключения которого не будут отвергнуты профессионалами. Если же речь идет о профессиональной медиакритике, то здесь позитивное восприятие критики может возникнуть лишь тогда, когда её автор не только с формально является членом журналистской корпорации, но и обладает определенным профессиональным опытом и авторитетом внутри неё (хотя при этом нельзя не исключать и конструктивного восприятия работ молодых «неавторитетных» медиакритиков, но это можно считать скорее исключением, чем правилом). В связи с этим следует признать, что статус медиакритика как внутрикорпоративного эксперта формируется на основе как объективных факторов (характеристик СМИ, в котором работает журналист, профиля, должности, стажа, образования автора), так и субъективных (личностных качеств журналиста, его гражданской позиции). Статусность может влиять как на усиление возможностей реализации образовательного потенциала профессиональной медиакритики, так и на его уменьшение.

4. Выполнение практических заданий по теме занятия

Практическое задание 1

В чем заключается просветительская функция медиакритики? Прочитайте ответы и выделите правильный. Медиакритика способна

- оказать существенное влияние на формирование новой общественной культуры общения граждан со средствами массовой информации, учитывающей современные коммуникационные реалии;
- воспитывать постоянный интерес к получению новой информации;
- отстаивать права потребителей информации;
- выпускать периодических издания и телерадиопрограммы в школах юных журналистов и других культурно-образовательных учреждениях.

СРС №1:

Прочитайте статью на выбор из сборника академической медиакритики:

Журналистика и медиаобразование в XXI веке :

Ж 92 сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25–27 сентября 2006 г.). Белгород : Изд-во БелГУ, 2006. – 368 с.

mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_

Литература

1. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебное пособие.– М.: Альфа-ИНФРА, 2012. –352 с.

2. Киселев А.П. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебное пособие.– М.: Альфа-ИНФРА, 2012. –352 с.

3. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.

4. Коханова Л. А. Основы теории журналистики [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 536 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3

Тема: Функции медиакритики(2 часа).

Основные вопросы занятия:

1. Регуляторная и коррекционная функции медиакритики.
2. Основные направления регулирования профессиональной журналистской деятельности. Проблема соотношения этических и творческих аспектов в деятельности масс-медиа.
3. Роль медиакритики в процессе коррекции негативных тенденций в развитии системы СМИ, а также в деятельности отдельных представителей журналистского сообщества. Проблема воспитания и примера. Понятие о социальных нормах и стереотипах. Возможности медиакритики по их корректировке.

Цель: формирование научных представлений и глубоких теоретических знаний о регуляторной и коррекционной функции медиакритики.

Задачи:

- познакомиться с особенностями регуляторной и коррекционной функций медиакритики, способами их реализации в медиатексте;
- рассмотреть принципы и направления регулирования профессиональной журналистской деятельности;
- охарактеризовать проблему соотношения этических и творческих аспектов в деятельности масс-медиа;
- развивать аналитические способности студентов;
- расширять представление как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитывать интерес и уважение к будущей специальности и профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия)

2. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия (с опорой на вопросы для самоподготовки студентов):

1. Что такое целевая аудитория в сфере медиа?
2. Что такое общественный консенсус? Каким образом медиакритика способствует взаимопониманию в обществе?
3. Способна ли медиакритика изменить общественное доверие к СМИ? Что для этого сегодня делается в медиакругах? Почему большая часть общества не доверяет СМИ? Назовите причины. Какие существуют пути для изменения ситуации?
4. Объясните смысл термина «гуманистическая культура».
5. Какова роль медиакритики в защите гуманистической культуры? Медиакритика и языковая культура СМИ.
6. Может ли медиакритика влиять на языковую культуру общества?

Приведите примеры.

7. Какое крыло телевизионной и внутрицеховой медиакритики представляют А. Вартанов, Ю. Богомолов, Г. Заславский, С. Муратов, И. Петровская, Л. Польская, Ст. Рассадин, Е. Чекалова В. Кисунько?

8. Что такое здоровый психологический климат в обществе и в пространстве СМИ? В чем заключается роль медиакритики в поддержании здорового психологического и нравственного климата в обществе?

3. Выполнение практических заданий по теме занятия

Практическое задание 1

Прочитайте отрывок из текста и выберите правильный ответ. Подумайте, играет ли подобное обсуждение проблем в журналистике социальную роль? Какую?

Что отстаивает Н.К. Сванидзе?

«Можно по-разному относиться к тому, что написал Виктор Шендерович, можно по-разному относиться к формулировке вопроса о Ленинградской блокаде, которая была употреблена на вашем канале, но это не повод для того, чтобы работать кривой, потому что в данном случае имеет место коса. Мы помним, у кого, как правило, в руках коса находится. Я имею в виду не косы крестьян, а какая дама почтенного возраста, как правило, с косой ходит. Вот это не повод на самом деле. Разбирайтесь, объясняйте, говорите: «Это не правильно. На наш взгляд, эта постановка вопроса, скажем, такая параллель, которая, так или иначе, возникает между сочинской Олимпиадой и германской Олимпиадой 1936 года, на наш взгляд, абсолютно неадекватна и безосновательна». Скажите это и все, и пошли дальше. У нас свобода слова, человек имеет право на любые параллели абсолютно, тем более в

данном случае, на мой взгляд, обвинение Виктора Шендеровича в фашизме – это совершенно случайное слово?»

- ответственность медиасообщества и медиакритики за некорректные обвинения в адрес журналистов, невозможность крайнего субъективизма и прямолинейности в оценках творчества журналиста;
- право журналиста на собственное видение материала;
- ответственность журналиста за высказанное мнение и употребленные параллели.

СРС №1:

Прочитайте и законспектируйте отрывок из статьи А.П. Короченского «МЕДИАКРИТИКА КАК РЕГУЛЯТОР»

Регулировать (от лат. regula – правило, норма) – означает упорядочивать, подчинять определенным правилам, определенному порядку, применять правила и нормы, стабилизирующие характеристики объекта, а также обеспечивать целенаправленное изменение характеристик объекта регулирования на нормативной основе.

Термин «регулирование» используется в расширительном значении для обозначения любой упорядочивающей деятельности, оказывающей влияние на объект с целью приведения его в соответствие с определенными принципами, правилами и нормами. Регулирование обеспечивает адекватность социальной деятельности людей ее предмету, средствам и условиям.

Рассматриваемое в качестве свойства социальной организации, оно обладает такими характеристиками, как

- преднамеренность;
- целенаправленность;
- прогнозируемость желаемых последствий регулирующего воздействия на социальный объект.

«Правила игры», которыми руководствуется любое профессиональное сообщество (не исключая журналистскую корпорацию и объединения других профессионалов СМИ), являются

- своеобразным **компромиссом** –**между внутрикорпоративными интересами, исторически нарабатанными внутри «цеха» традициями, обычаями, нормативами и требованиями государственных органов,** –влиянием экономических и **правовых факторов, воздействием со стороны медийной аудитории и структур гражданского общества.**

Пребывая в поле воздействия этих внешних факторов, медиасообщества вырабатывают нормативные системы, неизбежно отражающие их влияние.

Журналистской критике СМИ в ее различных взаимосвязанных разновидностях (академическая, внутрикорпоративная, массовая) принадлежит чрезвычайно важная роль в постоянном

- обсуждении,
- пересмотре,
- совершенствовании и
- обновлении подвижных профессиональных нормативных систем, регулирующих деятельность создателей медийного содержания,
- а также в «подстройке» этих систем под выявляемые критиками актуальные общественные потребности.

Выявляя и обозначая отклонения профессиональной практики и морали от нормативного (или общественно необходимого) состояния, критика побуждает

журналистов и других творческих работников СМИ к внесению корректив в свою практическую деятельность, в ее ценностно-нормативную основу.

Академическая и массовая медиакритика влияет на внутренние взаимоотношения и настроения в профессиональных корпорациях журналистов и других создателей медиаконтента опосредованно, **через общественное мнение.**

Влияние одобрения либо осуждения со стороны сограждан способно побудить профессионалов и медийные организации к корректировке своей деятельности в целях большего соответствия потребностям и ожиданиям общества. Если регулирующие профессиональные нормативы (и вытекающие из них запреты ненормативных действий) требуют существенного изменения ввиду их конфликтности, несовместности с общественными потребностями либо еще не сформулированы, медиакритика участвует в обсуждении и совершенствовании нормативов, вносит предложения о выработке новых – зачастую взамен исторически и социально изживших себя правил и норм. **При этом академическая и массовая медиакритика выступает в качестве важного внешнего дополнительного фактора развития корпоративной ценностно-нормативной системы, дополняя другие виды внешнего регулирования деятельности профессиональных сообществ создателей медийного содержания.**

«Внутрицеховая» же медиакритика реализует свою регулятивную функцию, выступая в качестве **внутреннего регулятора** – компонента системы профессионального саморегулирования сообществ творческих работников СМИ, наряду с другими ее компонентами (профессиональными организациями и объединениями, комиссиями по этике, профессионально-этическими кодексами, различными формами поощрения и порицания представителей данной корпорации).

Я.Н. Засурский заметил, что корпоративность можно развивать не только путем проявлений солидарности, но и критики[10].

Критика способна

- **крепить внутрикорпоративную сплоченность медийных работников,**
- **преодолевать негативные последствия «изоляции», оторванности некоторых медийных организаций от профессионального сообщества: «...СМИ, живущее вне корпорации, не корреспондирующее с профессиональной жизнью на уровне ассоциации, теряет тот самый элемент достижительности, развития, защиты и поддержки сообществом, который свойствен корпорации»[11].**
- **Критика выносит деятельность «изоляционистов» на обсуждение в рамках сообщества, вовлекая их во внутрикорпоративную дискуссию, что является первым шагом к последующему сплочению.**

«Внутрицеховая» медиакритика помогает **преодолевать кризисные явления в развитии профессиональных сообществ, предлагая надежные средства от засилья морального релятивизма и догматизма, от мифологизации жизненных концептов профессионального призвания[12].**

В то время как литературная и художественная критика концентрирует свое внимание главным образом на анализе и интерпретации деятельности творца, на характеристиках его творческой индивидуальности, идейного своеобразия и образностилевого строя созданных им произведений, рассматриваемых в определенном социально-культурном контексте, **медиакритика обязана соотносить медийное производство и содержание СМИ не только с творческими, но и с экономическими, юридическими, профессионально-этическими нормативами.**

Самой сущностью критической деятельности обусловлено сопоставление реального состояния объекта с нормативным (или воображаемым идеальным) состоянием и оценка его отклонения от заданного образца.

Выявляя и оценивая подобные отклонения, критика осуществляет опосредованное воздействие на объект с целью его «подравнивания» под образец – модель должного состояния, предписанного нормой.

Литература

1. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебное пособие.– М.: Альфа-ИНФРА, 2012. –352 с.
2. Киселев А.П. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебное пособие.– М.: Альфа-ИНФРА, 2012. –352 с.
3. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.
4. Коханова Л. А. Основы теории журналистики [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 536 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4.

Тема: Социальная роль медиакритики (2 часа)

Основные вопросы занятия:

1. Регуляторная и коррекционная функции медиакритики. Основные направления регулирования профессиональной журналистской деятельности. Проблема соотношения этических и творческих аспектов в деятельности месс-медиа.
2. Роль медиакритики в процессе коррекции негативных тенденций в развитии системы СМИ, а также в деятельности отдельных представителей журналистского сообщества. Проблема воспитания и примера. Понятие о социальных нормах и стереотипах. Возможности медиакритики по их корректировке.

Цель: формирование научных представлений и теоретических знаний о медиакритике, ее социальной роли;

Задачи:

- развитие аналитических способностей магистрантов, расширение филологической культуры и кругозора;
- воспитание интереса и уважения к будущей специальности и профессиональной деятельности;

- формирование знаний о социальной роли медиакритики, в частности, регуляторной и коррекционной функции медиакритики;
- закрепление знаний о системе характерных типологических черт медиакритики с точки зрения социальной функции, роли медиакритики в процессе коррекции негативных тенденций в развитии системы СМИ, а также в деятельности отдельных представителей журналистского сообщества;
- выработка и закрепление навыков самостоятельного анализа академической и прикладной медиакритики (на материале статей М. Парес-и-Майкас «Самоконтроль прессы» (Барселонский Автономный университет, Испания) и интервью Н.К. Сванидзе Ю. Таратуте «Можно по-разному относиться к историческим вопросам и параллелям, но не надо работать кривой...»).

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Назовите функции медиакритики (классификация по А.П. Короченскому).
2. Охарактеризуйте регуляторную и коррекционную функцию медиакритики. Основные направления регулирования профессиональной журналистской деятельности.
3. Почему существует проблема соотношения этических и творческих аспектов в деятельности месс-медиа?
4. Перечислите возможности медиакритики в процессе коррекции негативных тенденций в развитии системы СМИ, а также в деятельности отдельных представителей журналистского сообщества.
5. Как соотносятся социальные нормы и стереотипы с позицией журналистов? Каковы возможности медиакритики по их корректировке?
6. Что такое общественная безопасность?
7. Какие проблемы журналистики, касающиеся общественной безопасности, обязана изучать и комментировать медиакритика?
8. Что такое доступность информации?
9. Какие проблемы в СМИ связаны с международной информацией?
10. Как медиакритика регулирует соотношение профессиональных потребностей журналистов в субъективно-объективной трактовке информации и потребности читателей в правдивом и объективном изложении событий и фактов?
11. Приведите примеры статей, освещающих проблемы защиты интересов читателей, слушателей и зрителей современной информации?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия.

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 2.

(чтение, повторение, закрепление).

Прочитайте размышления А.П. Короченского о социальной роли медиакритики. Согласны ли Вы с последним утверждением автора? Приведите примеры из прочитанных Вами материалов в пользу собственного мнения.

Социальная роль медиакритики в демократическом обществе

В условиях идейно-политического плюрализма и демократии медиакритика

- обеспечивает **выражение существующего в обществе разнообразия взглядов на содержание и проблемы деятельности СМИ,**

- что способствует в конечном итоге **выработке согласованных общественных позиций по отношению к ключевым аспектам социального функционирования средств массовой информации – через диалог, сопоставление и конкуренцию различных точек зрения, их публичную критико-рациональную проверку на истинность.** Идейно-политический плюрализм СМИ обеспечивает возможность для представления в печатной и электронной прессе разнообразных взглядов, интересов и требований граждан, относящихся к средствам массовой информации.

- Создаваемые таким образом **условия открытого общественного диалога имеют большое значение для поиска решений проблем социального функционирования печатной и электронной прессы, которые способствовали бы максимальной реализации демократического и гуманистического потенциала СМИ, смягчали бы и нейтрализовали негативные тенденции в их деятельности.**

- Общественным долгом критиков СМИ в демократическом обществе является **противодействие явлениям асоциальности в деятельности печатной и электронной прессы, различным дегуманизирующим, деструктивным медийным влияниям на общественное сознание и поведение граждан.** Изучение проблемно-тематического комплекса критико-журналистских публикаций выявило, что российская медиакритика в её нынешнем состоянии не вполне соответствует данному общественному предназначению.

Практическое задание 2

Назовите профессионально-этическую проблему, рассматриваемую медиакритикой?

- взаимоотношения и конфликты между руководителями СМИ и их владельцами, между журналистами и источниками информации;
- разбор творческой мастерской медийных работников, деятельность которых оценивается на основе критериев соответствия нормам профессионализма, эталонным образцам творчества;

- формирование у граждан критериев самостоятельного рационального анализа и оценивания медиатекстов;
- низкая профессионально-техническая культура режиссеров, операторов и монтажеров ведущих каналов российского ТВ.

СРС № 1

Прочитайте статью из сборника академической медиакритики Журналистика и медиаобразование в XXI веке :

Ж 92 сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25–27 сентября 2006 г.). Белгород : Изд-во БелГУ, 2006. – 368 с.

mediagram.ru>netcat_files/108/110/h_

САМОКОНТРОЛЬ ПРЕССЫ

М. Парес-и-Майкас (Барселонский Автономный университет, Испания)

Первопроходческая работа Десантеса Гуантера «Самоконтроль информационной деятельности» (Мадрид, 1973) [1], представляющая собой образец исследования данной проблемы, служит по сей день источником вдохновения и изучения. Она базируется на определениях самоконтроля прессы, предложенных Лефлером и Эбарре.

По Лефлеру [2, 149], «органами самоконтроля прессы являются органы, созданные прессой и для прессы, в рамках которых журналисты и издатели, свободно принимающие решения и руководствующиеся только своей сознательностью, сотрудничают с целью сохранять сбалансированные и доверительные отношения между прессой, с одной стороны, и государством и обществом, с другой, поддерживая в рядах работников прессы высокую профессиональную мораль и защищая свободу печати вне этих рядов».

Со своей стороны, Десантес высказал мнение, что в самоконтроле должны участвовать не только медийные профессионалы, к числу которых относятся как работники, так и работодатели, но и представители общественности. Самоконтроль сочетается и с самозащитой журналистского сообщества, развитием его самодисциплины, внутренним реформированием, и с мерами по повышению профессиональной квалификации работников прессы, совершенствованию технической базы, поиску новых решений насущных проблем, с исследовательской работой и развитием профессионального образования. Эбарре [2, 18], рассматривает самоконтроль прессы в контексте сложных отношений между правом и этикой (деонтологией) журналистики, подчеркивая, что *профессиональная этика требует свободного этического самоопределения членов журналистского сообщества. Этика призвана помочь прессе, этому весьма своеобразному роду индустрии, справиться со своей институциональной функцией в современном демократическом обществе. По мнению этого автора, самоконтроль прессы, осуществляемый компетентными органами профессионального сообщества, позволяет избежать государственного контроля во многих областях медийной деятельности.* Сознательный

самоконтроль журналистского сообщества более значим и важен, чем контроль со стороны государственных органов. Решения же и рекомендации, вырабатываемые последними, должны приниматься при участии медийных профессионалов.

Лепретт и Пиже [3, 31-32], рассматривают проблему несколько в иной плоскости, делая упор на **идею саморегулирования прессы**, которое они определяют как создание профессионалами от журналистики, при участии представителей общественности (что чрезвычайно желательно), **авторитетных механизмов и независимых органов**, которые определяли бы нормы поведения журналистов и отслеживали их соблюдение, опираясь на профессиональную этику. И в данном случае необходимость журналистского самоконтроля аргументируется необходимостью обеспечить свободу массмедиа, избежать их контроля со стороны государства. Приводится ссылка на **резолуцию парламентской ассамблеи Совета Европы (1993), предусматривающую развитие саморегулирования печатной и электронной прессы в странах ЕС.**

Интересный вклад в проработку проблемы внёс Аснар, посвятивший ей несколько своих публикаций, включая главу «Средства массовой коммуникации и публичная сфера: роль саморегулирования» [4]. Он перечислил **механизмы саморегулирования**, в том числе: **профессионально-этические кодексы,**

- **справочно-инструктивная литература для журналистов,**
- **уставы редакций,**
- **институт защитника читателей (омбудсмена),**
- **советы печати и пр.**

Этот автор полагает, что целями саморегулирования являются:

а) **распространение моральных ценностей и достоинств, присущих журналистике, а также создание условий для того, чтобы принимались и рассматривались рекламации на прессу с требованиями обеспечить соответствие вышеназванным качествам;**

б) функционирование системы саморегулирования и её эффективность должны быть **производными от свободной инициативы и добровольного согласия участников медийных коммуникаций, включая:** -

- собственников и менеджеров средств массовой коммуникации, -
- журналистов и других профессионалов сферы массовой коммуникации,
- общественности в целом, включая лиц, являющихся источниками информации.

Выделяя в саморегулировании печатной и электронной прессы функцию самоконтроля, Аснар характеризует его цели следующим образом:

1) **Формулировать этические нормы, которыми должен руководствоваться персонал средств массовой коммуникации;**

2) **Содействовать созданию условий для нормальной производственной, профессиональной и общественной деятельности**

работников прессы, чтобы благоприятствовать соблюдению этических требований в области массовых коммуникаций;

3) В этих же целях информировать общественное мнение о случаях нарушения этических норм в медийной сфере;

4) Исследование, обсуждение и критическая оценка этически конфликтных действий прессы позволяют средствам массовой коммуникации и широкой публике лучше осознать значение и необходимость этической культуры массовых коммуникаций.

Интересно замечание Аснара о том, что саморегулирование дополняет право в тех случаях, когда действия прессы не подпадают под правовое регулирование, но способны нанести вред обществу.

Автор замечает, что вместе с тем саморегулирование не может быть способом решения всех проблем массовой коммуникации, поскольку она развивается в условиях экономических рисков, испытывает политические и иные влияния, продуцируемые извне медийного сообщества. Хотя саморегулирование способно улучшить социальное функционирование средств массовой коммуникации, оно не может рассматриваться как панацея в преодолении многочисленных негативных влияний на медийную сферу.

Гонсалес Бедойа [5, 120] формулирует следующие функции самоконтроля прессы:

- реагирование на обращения со стороны общества;
- политическая, профессиональная функции,
- повышение квалификации,
- юридическая самозащита.

Касаясь механизмов осуществления самоконтроля, Лопес Маньеро [3] отмечает, что возросший в последние годы интерес к этой проблеме объясняется следующими причинами:

а) необходимостью противостоять критике в адрес журналистского профессионального сообщества и связанным с ней кризисом доверия к прессе,

б) потребностью адекватно реагировать на мнение общественности, которая требует, чтобы журналисты корректно исполняли свои обязанности,

в) необходимостью поддерживать более тесный контакт с публикой,

д) стремлением избежать правовых санкций в связи с нарушением прессой норм закона (это стремление является, возможно, самым мощным стимулом развития самоконтроля).

Автор характеризует условия, в которых может существовать и функционировать система самоконтроля прессы:

а) она выживет только в условиях плюрализма и демократии;

б) необходимость и полезность такой системы должны осознавать как профессиональные журналисты и медийные организации в целом, так и органы государственной власти, широкая общественность.

(В качестве персонального замечания хотелось бы выразить сомнение в том, что власти действительно осознают это, а что касается общественности, то её активность зависит от того, располагает ли она собственными представительными организациями, существуют ли влиятельные общественные движения и т.д. - Парес-и-Майкас);

в) *эта система должна быть добровольной;*

г) в неё должно быть вовлечено *большинство медийных профессионалов;*

д) *она нуждается в благоприятном профессиональном и социальном климате, в котором моральное осуждение имеет действительное значение и влияние и который не основывается на принуждении как единственном способе решения проблем.*

Среди трудностей, мешающих развитию системы самоконтроля, Гон-салес Бедойа отмечает *сдержанное отношение к ней со стороны медийных профессионалов, скептицизм общественности и проблемы, с которыми связан начальный этап её вхождения в такую систему, отсутствие санкций «сверху».*

Невзирая на сложности, само по себе стремление профессионального сообщества к саморегулированию следует рассматривать позитивно, как проявление его жизнеспособности и динамизма. *Необходимо отметить также важность образовательно-просветительского аспекта, который должен быть свойствен функционированию системы самоконтроля прессы на всех её уровнях.*

Важное дополнительное суждение высказано Аснаром: *«Саморегулирование не имеет ничего общего с цензурой, которая является вмешательством в деятельность средств массовой коммуникации с целью ограничить их свободу и ориентировать их на служение неким недостойным целям и интересам (экономическим, политическим, военным)» [6, 30].*

Аснар отмечает, что саморегулирование порождает *добровольный компромисс между разнородными участниками процесса массовой коммуникации.* Оно нацелено на развитие свободы массмедиа через ответственное к ней отношение и руководствуется ценностями и целями, признаваемыми в среде коммуникаторов.

Необходимо предотвратить использование систем саморегулирования для целей, чуждых их духу и предназначению. Например, для культивирования самоцензуры коммуникаторов, которая проявляется тогда, когда «журналисты выполняют свою работу под постоянным страхом негативных последствий, которые могут быть вызваны их действиями» [Ibid.].

Чрезвычайно важно, чтобы саморегулирование было продуктом как можно более широкого консенсуса, инициативы максимально возможного количества социальных агентов. Являясь социальным компромиссом в целях

улучшения массовых коммуникаций, саморегулирование пройдёт стадию становления и проявит себя с течением времени.

1. Desantes Guanter, Jose Maria. El autocontrol de la actividad informativa. Cuadernos para el Dialogo. – Madrid, 1973.
2. Presserecht.(F. I). – Munich, 1969.
3. Ethique et qualite de l'information. Presses Universitaires de France (PUF). Paris. 2004.
4. Deontologia y autoregulacion informativa. Ensayos desde una perspectiva comparada. UNESCO. Universidad Iberoamericana. Mexico, DF, 2000.
5. Manual de Deontologia informativa. Alhambra Universidad. Madrid. 1987.

Составьте вопросы для беседы по данной статье, напишите краткое резюме, излагающие основные положения автора статьи.

Что, на Ваш взгляд, изменилось в российском медиапространстве за 10 лет по сравнению с 2006 годом?

Литература

1. Киселев А.П. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть [Текст]: учебник.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.– 432 с.
2. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4

Тема: Функции медиакритики(2 часа).

Основные вопросы занятия:

1. Просветительская функция медиакритики.
2. Социально-организаторская функция медиакритики.
3. Коммерческо-промоцийная функции медиакритики.
4. Культуроформирующий и образовательный потенциал медиакритики. Дилемма соотношения просветительского и коммерческого начал в журналистике; достижение их баланса как одна из главных задач медиакритики.

Цель: формирование научных представлений и глубоких теоретических знаний об основных функциях медиакритики и способах их реализации.

Задачи:

- познакомиться с просветительской функцией медиакритики;
- рассмотреть социально-организаторскую функцию медиакритики;

- охарактеризовать коммерческо-промоционную функцию медиакритики;
- охарактеризовать процесс поисков решения дилеммы соотношения просветительского и коммерческого начал в журналистике; достижение их баланса в медиакритике;
- развивать аналитические способности студентов;
- расширять представление как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитывать интерес и уважение к будущей специальности и профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия)

2. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия (с опорой на вопросы для самоподготовки студентов):

1. Какой функцией в медиакритике является коммерческо-промоционная ?
2. Назовите жанры современной телевизионной критики, которые выполняют коммерческо-промоционную функцию.
3. Что стремится выразить информационно-коммуникативная функция медиакритики?

3. Выполнение практических заданий по теме занятия

Практическое задание 1

Назовите профессионально-этическую проблему, рассматриваемую медиакритикой?

- взаимоотношения и конфликты между руководителями СМИ и их владельцами, между журналистами и источниками информации;
- разбор творческой мастерской медийных работников, деятельность которых оценивается на основе критериев соответствия нормам профессионализма, эталонным образцам творчества;
- формирование у граждан критериев самостоятельного рационального анализа и оценивания медиатекстов;
- низкая профессионально-техническая культура режиссеров, операторов и монтажеров ведущих каналов российского ТВ.

СРС №1:

1. Подготовьте презентацию на тему: «Презентация материалов медиакритики в системе средств массовой информации».
2. Составьте критическую статью, посвященную одному из материалов СМИ (Интернет) на злободневную общественно-политическую тему (по выбору студента).

Литература

1. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебное пособие.– М.: Альфа-ИНФРА, 2012. –352 с.
2. Киселев А.П. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебное пособие.– М.: Альфа-ИНФРА, 2012. –352 с.
3. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.
4. Коханова Л. А. Основы теории журналистики [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 536 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5

Тема: Роль медиакритики в формировании демократической гражданской культуры (2 часа)

Основные вопросы занятия:

1. Государственная информационная политика.
2. Современный политический процесс как предмет медиакритики.
3. Роль медиакритики в формировании демократической гражданской культуры.

Цель: формирование научных представлений и глубоких теоретических знаний об особенностях типов медиакритики

Задачи:

- дать определение понятию «демократическая гражданская культура»;
- охарактеризовать современную государственную информационную политику;
- познакомиться с политической журналистикой, актуальными темами и проблемами и реакцией на медиаматериалы современных медиакритиков;
- развивать аналитические способности студентов;
- расширять представление как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитывать интерес и уважение к будущей специальности и профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия)

2. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия (с опорой на вопросы для самоподготовки студентов):

1. Что такое демократическая гражданская культура?
2. Что такое государственная информационная политика?
3. Каким образом медиакритика ведет критический анализ и обсуждение государственной информационной политики?
4. Каким образом медиакритика влияет на правовое регулирование в пространстве СМИ?
5. Кто является автором «Книги жалоб» на телевидение. Эволюция газетной телевизионной критики в Российской Федерации 1991 – 2000 год»?
6. В современном обществе экономические факторы существенно определяют деятельность СМИ. Как медиакритика оценивает влияние положительных и отрицательных экономических факторов и отношений собственности на деятельность СМИ?
7. Что такое коммерциализация СМИ?
8. Как медиакритика оценивает фактор коммерциализации?
9. Как медиакритика борется против злостного манипулирования аудиторией СМИ с помощью рекламы и всех видов скрытого психологического манипулирования?

3. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме занятия.

Прочитайте статью на выбор из сборника академической медиакритики: Журналистика и медиаобразование в XXI веке :

Ж 92 сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25–27 сентября 2006 г.). Белгород : Изд-во БелГУ, 2006. – 368 с.
[mediagram.ru>netcat_files/108/110/h_](http://mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_)

4. Выполнение практических заданий по теме занятия

Практическое задание 1

«На западе вопрос «кто виноват» решается иначе: виновато несовершенное законодательство. Что делать? Менять его, по крупицам и медленно, иногда в сферах, которые мы определяем как: «нам бы их проблемы». Ещё раз, тут можно говорить о том, что так жить скучно, что там, где между людьми встает закон, из человеческих отношений уходит человеческое, что так возникает нация стукачей, что человек становится мельче, одноплановой и проч. Это всё можно обсудить в других журналах, коих миллион, я здесь просто рассказываю, как, по моим представлениям, формируется западный человек».

Какова тема текста?

- формирование морали;
- состояние законодательства;
- человеческие отношения;

- особенности менталитета западного человека.

СРС №1:

Прочитайте статью на выбор из сборника академической медиакритики: Журналистика и медиаобразование в XXI веке : сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25–27 сентября 2006 г.). Белгород : Изд-во БелГУ, 2006. – 368 с. [mediagram.ru>netcat_files/108/110/h_](http://mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_)

Литература

1. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебное пособие.– М.: Альфа-ИНФРА, 2012. –352 с.
2. Киселев А.П. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебное пособие.– М.: Альфа-ИНФРА, 2012. –352 с.
3. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.
4. Коханова Л. А. Основы теории журналистики [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 536 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6

Тема Роль медиакритики в формировании демократической гражданской культуры (2 часа).

Основные вопросы занятия:

- 1.Изучение влияния экономических факторов и отношений собственности на деятельность СМИ, процессов коммерциализации СМИ
- 2.Медиакритика о манипуляции в рекламе;
- 3.Влияние медиакритики на развитие правового регулирования СМИ на демократической основе

Цель: формирование научных представлений и глубоких теоретических знаний о демократической роли медиакритики.

Задачи:

- охарактеризовать термин «политический процесс», процессы коммерциализации СМИ;

- рассмотреть проблемы моральной ответственности журналиста и реализацию его права свободы слова, отношение медиакритиков к проблеме манипуляции в рекламе;
- выявить влияние медиакритики на развитие правового регулирования СМИ на демократической основе;
- дать характеристику материалов на политические темы, охарактеризовать политические позиции авторов в пространстве телевидения.
- сформулировать основные положения, характеризующие роль медиакритики в формировании демократической гражданской культуры;
- познакомиться с блогерской медиакритикой
- развивать аналитические способности студентов;
- расширять представление как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитывать интерес и уважение к будущей специальности и профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия)

2. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия (с опорой на вопросы для самоподготовки студентов):

1. Раскройте содержания термина «политический процесс».
2. Каким образом медиакритика влияет на изложение политических позиций авторов в пространстве телевидения?
3. Укажите, что является негативной стороной блогерской медиакритики?
4. Как медиакритика соотносит проблемы моральной ответственности журналиста и реализацию его права свободы слова?
5. Приведите примеры материалов на политические темы. Какую оценку они получили в медиакритике?

3. Выполнение практических заданий по теме занятия

Практическое задание 1

Прочитайте отрывок из текста. Кто является автором данной мысли?

«Мусульмане – мусульмане бывают разные. Имеются в виду, очевидно, люди, которые исповедуют ислам и живут на территории России или в странах, которые раньше были советскими республиками. Мне представляется, что татары – это одно, узбеки – это другое, чеченцы и дагестанцы – это третье. И то, что все они исповедуют ислам, еще не делает их одинаковыми и похожими друг на друга.

Знаете ли, Европа полна христианами, и эти христиане около 2 тысяч лет успешно резали друг друга. И одна христианская страна, один христианский народ чрезвычайно сильно отличается от другого. Вот,

знаете, поляки, немцы, шведы, итальянцы – все христиане, знаете? Так что, здесь не надо под слово «мусульмане» подгонять абсолютно всех».

- М.Веллер;
- М.Королева;
- Н. Сванидзе;
- С.Тодоров.

СРС №1:

Прочитайте статью на выбор из сборника академической медиакритики: Журналистика и медиаобразование в XXI веке : сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25–27 сентября 2006 г.). Белгород : Изд-во БелГУ, 2006. – 368 с. [mediagram.ru>netcat_files/108/110/h_](http://mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_)

Литература

1. Киселев А.П. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть [Текст]: учебник.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.– 432 с.
2. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.
3. Малишевский Н. Технологии выборов, или как уши машут ослом [Текст] // Наш современник. –2007.– №12.
4. Прозоров В. В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву [Текст] / В. Прозоров. – Саратов, 2004. – 240 с.
5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учебник. – М.: Аспект Пресс, 2011.– 351 с.
6. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание [Электронный ресурс] // Режим доступа – <http://www.gumer.info>
7. Сапунов В. И. Неолиберальные стратегии мировых информационных агентств в начале XXI века [Текст] // Вестник ВГУ. Сер: Филология. Журналистика. – 2006. – №1.
8. Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / М.И. Алексеева [и др.]: под ред. Я.Н. Засурского.–М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.
9. Сурикова Т. И. Друг рекламы – враг потребителя: язык как орудие манипулятора сознанием [Текст] // Журналистика и культура речи. – 2007.– №1.
10. Клушина Н. И. Убеждение и манипулирование: разграничение понятий // Русская речь. – 2007. – №5.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7

Тема: **Специфика взаимоотношений медиакритики и аудитории СМИ**

Основные вопросы занятия:

1. Медийные организации и аудитория СМИ в условиях информационного рынка.
2. Проблемы социальной ответственности, подотчётности СМИ перед обществом,
3. Защита информационных прав и интересов граждан и медиакритика.

Цель: формирование научных представлений и глубоких теоретических знаний о взаимоотношениях медиакритики и гражданского общества.

Задачи:

- охарактеризовать понятия «гражданское общество», «информационный рынок»;
- рассмотреть проблемы социальной ответственности, подотчётности СМИ перед обществом,
- проанализировать роль медиакритики в защите информационных прав и интересов граждан;
- развивать аналитические способности студентов;
- расширять представление как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитывать интерес и уважение к будущей специальности и профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия)

2. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия (с опорой на вопросы для самоподготовки студентов):

1. Чем осложнялось в советский период развитие критики СМИ?
2. Охарактеризуйте медиакритику в социальных сетях. В каких формах существует критика он-лайн?
3. Какие гражданские организации и объединения выполняют функции общественной экспертизы медиасреды?
4. Какая статья Конституции РФ содержит следующие положения?
 - 1). Каждому гарантируется свобода мысли и слова.
 - 2). Не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду. Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства.

3). Никто не может быть принужден к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них.

4). Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом.

5). Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается.

5. Назовите статьи медиакритиков, освещающих работу радиожурналистов, работающих в сфере новостной информации

3. Выполнение практических заданий по теме занятия

Практическое задание 1

К каким проблемам Вы можете отнести проблему, представленную автором данного текста?

«Действительно, сегодня в Америке набирает силу движение против сексуального насилия в университетах. Понятие сексуального насилия определяется очень широко: от изнасилования до шуток с сексуальным подтекстом и quid pro quo (оценки или продвижение по работе в обмен на секс). Дела затрагивают отношения между студентами, преподавателями и администрацией университетов и колледжей. Также в университет с жалобой на студента, преподавателя или работника могут обратиться посторонние. (...)

Мода здесь, конечно, не при чем. За воспитание общества, как это и бывает в Америке, резко взялось государство. Тут можно спорить, но по моим скромным наблюдениям, формированием общественной морали занимается именно оно».

- морально-этическая; юридическая;
- государственная; юридическая;
- общественно-политическая; юридическая;
- юридическая.

СРС №1:

Прочитайте и законспектируйте статью: Клушина Н. И. Убеждение и манипулирование: разграничение понятий // Русская речь. – 2007. – №5.

Литература

1. Киселев А.П. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть [Текст]: учебник.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.– 432 с.

2. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.

3. Малишевский Н. Технологии выборов, или как уши машут ослом [Текст] // Наш современник. – 2007. – №12.
4. Прозоров В. В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву [Текст] / В. Прозоров. – Саратов, 2004. – 240 с.
5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учебник. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
6. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание [Электронный ресурс] // Режим доступа – <http://www.gumer.info>
7. Сапунов В. И. Неолиберальные стратегии мировых информационных агентств в начале XXI века [Текст] // Вестник ВГУ. Сер: Филология. Журналистика. – 2006. – №1.
8. Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / М.И. Алексеева [и др.]: под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.
9. Сурикова Т. И. Друг рекламы – враг потребителя: язык как орудие манипулятора сознанием [Текст] // Журналистика и культура речи. – 2007. – №1.
10. Клушина Н. И. Убеждение и манипулирование: разграничение понятий // Русская речь. – 2007. – №5.
11. Короченский А. П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики [Текст] / А. П. Короченский. – Ростов н/Д, 2003. – 280 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8

Тема: Процесс медиаобразования и медиакритика (2 часа).

Основные вопросы занятия:

1. Формирование рационально-критической информационной культуры, развития процесса медиаобразования с помощью медиакритики.
2. Процесс глобализации и медиакритика.

Цель: формирование научных представлений и глубоких теоретических знаний о медиаобразовании, роли медиакритики в его развитии.

Задачи:

- охарактеризовать основные особенности медиаобразования, положения А.В. Федорова о развитии медиаобразования в мире и в России.
- рассмотреть роль медиакритики в продвижении медиаобразования;
- расширять представление как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитывать интерес и уважение к будущей специальности и профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия)

2. *Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия (с опорой на вопросы для самоподготовки студентов):*

1. В чем заключаются конкурентные преимущества Интернет-СМИ перед прочими печатными и электронными изданиями?

2. Кто является автором монографии «Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза»?

3. Кому из медиапедагогов принадлежит следующая концепция:

«Медиаобразование всё больше ставит в центр личность учащегося и начинается с опоры на существующие у него медийные знания и опыт, а не учебные требования преподавателей. Медиаобразование не стремится ограждать молодых людей от влияния медиа, и, таким образом, вести их к «лучшим образцам», но дает возможность учащимся принимать обоснованные решения относительно их собственной «защиты». Медиаобразование видится не формой защиты, но формой подготовки»?

1. Прочитайте цитату и подумайте, что имел в виду автор?

«В критико-журналистских работах отмечается, что под воздействием рыночных факторов телевидение, периодика, радио и Интернет всё более широко используются в целях распространения ...(?)»?

6. Назовите проблемы сетевой медиакритики в России.

7. Назовите грубое нарушение телеведущими этических норм, которое может получить административное и уголовное наказание?

3. Выполнение практических заданий по теме занятия

Практическое задание 1

Какой проблеме посвящена полемика?

«Гендиректор «Первого канала» Константин Эрнст заявил о сомнительности представленных данных. *«Разве зрители «Голоса» не пользуются «Яндексом»? Или пользователи Google не смотрят сериалы? Мы, в принципе, давно не заблуждаемся в вопросе о том, как TNS считает телевидение. Об интернете можем только догадываться. К счастью, наши рекламодатели вполне вменяемы и по-прежнему способны отличать квадратное от лжизового», – говорит он. По мнению медиаменеджера, сравнение аудитории только в крупных городах выгодно для интернет-проектов».* Эксперты спорят

• насколько корректно сравнивать охват онлайн-ресурсов и телеканалов, чтобы понять, куда устремляется основной поток рекламодателей;

- насколько корректно сравнивать охват онлайн-ресурсов и телеканалов;
- о конкуренции телевидения (1-го канала) и Интернета;
- об отставании «Первого канала» не только от «Яндекса», но и от ряда других Интернет-ресурсов;

СРС №1:

Прочитайте и законспектируйте статью:

С.А. Свистельникова, Средства выражения негативной оценки в современных газетных текстах// А.П. Короченский. Журналистика и медиаобразование в XXI веке : Ж 92 сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород : Изд-во БелГУ, 2006– 368 с.

Литература

1. Федоров А. В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия [Текст] // Инновации в образовании. – 2007. – №4.
2. Новое лицо массмедиа [Текст] // Искусство управления. – 2006. – №2.
3. Петровская И. Играем в дурака [Текст] / И. Петровская // Известия. – 2005. – 28 янв.
4. Прозоров В. В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву [Текст] / В. Прозоров. – Саратов, 2004. – 240 с.
5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учебник. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
6. Короченский А. П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики [Текст] / А. П. Короченский. – Ростов н/Д, 2003. – 280 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9

Тема: Особенности медиакритики в зависимости от типологической специализации СМИ (2 часа).

Основные вопросы занятия:

1. Жанрово-тематический диапазон медиакритики в периодической печати и в Интернет-изданиях, на радиостанциях и телеканалах.
2. Общий обзор основных форм презентации материалов медиакритики в системе средств массовой информации.
3. Наиболее распространенные, универсальные жанровые формы медиакритических материалов: классические традиции и модернистские новации. Детальная характеристика отдельных перспективных жанровых форм.

Цель: формирование научных представлений и глубоких теоретических знаний об особенностях медиакритики и ее зависимости от типологической специализации СМИ.

Задачи:

- охарактеризовать типологическую специализацию СМИ;
- рассмотреть жанрово-тематический диапазон медиакритики в периодической печати и в Интернет-изданиях, на радиостанциях и телеканалах;
- проанализировать презентации основных форм материалов медиакритики в системе средств массовой информации;
- рассмотреть отдельные перспективные жанровые формы медиакритики;
- развивать аналитические способности студентов;
- расширять представление как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитывать интерес и уважение к будущей специальности и профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия)

2. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия (с опорой на вопросы для самоподготовки студентов):

1. Охарактеризуйте специфику типологической системы медиакритики в зависимости от специализации СМИ.
2. Назовите правильные причины популярности Интернет-СМИ.
3. Классифицируйте особенности жанрово-тематического диапазона медиакритики в периодической печати и Интернет-изданиях, на радиостанциях и телеканалах.
4. Охарактеризуйте наиболее распространенные, универсальные жанровые формы медиакритических материалов с точки зрения классических традиций и модернистских новаций.

3. Выполнение практических заданий по теме занятия

- 1). Прочитайте статью Познина В. Ф. Медиа-технологии и общество [Текст] // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2014. № 3. С. 143-149. Ответьте на следующие вопросы:
 - ❖ Какие процессы, по мнению автора, позволили цифровым технологиям стать в СМИ приоритетными?
 - ❖ Как явления в Интернете можно охарактеризовать как достижения новейших информационных технологий?
 - ❖ Что, по мнению Познина В.Ф., является нарушением культуры и общественной морали в Интернет-пространстве?

❖ Прокомментируйте следующий отрывок из статьи:

«Но парадокс заключается в том, что если преодоление технических и технологических трудностей часто приводило к интересным творческим находкам, то использование почти безграничных возможностей современной съемочной техники свелось в основном к виртуозным съемкам и к совершенствованию спецэффектов. Вероятно, должно пройти какое-то время, чтобы создатели АВП начали использовать новые средства не как аттракцион, а как способ художественного выражения той или иной творческой идеи».

Почему автор критикует современное использование технологий?

2). Прочитайте отрывок из статьи. Напишите письменный комментарий-размышление: «Причины возникновения современных мифов».

«Соцсети не предназначены для хранения контента <...> – пользователи помнят только то, что происходило сегодня или вчера. Возникает беспомысленность. Аудитория быстро глупеет и становится легко управляемой» [8]. Действительно, если посмотреть комментарии по поводу текста, опубликованного каким-то известным человеком, или на очередное событие, то нельзя не заметить, насколько велико количество «комментов», откровенно неумных или носящих агрессивный, а то и оскорбительный характер. Не стоит забывать и того, что людей с конформной психологией – большинство и что они, легко попадая под влияние тех или иных «медийных лиц», готовы некритично воспринимать любое высказанное этими лицами утверждение. Возникает мифологизм сознания, который объединяет те или иные интернетовские сообщества и делит общество на «своих» и «иных». Кроме того, Интернет на наших глазах становится ареной для информационных войн, вброса дезинформации, создания вредоносных сайтов, мониторинга интернетовского контента».

СРС №1:

1). Подготовьте презентацию на тему: «Презентация материалов медиакритики в системе средств массовой информации».

2). Составьте критическую статью, посвященную одному из материалов СМИ (Интернет) на злободневную общественно-политическую тему (по выбору студента).

Основная и дополнительная литература

Основная литература

1. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебное пособие.– М.: Альфа-ИНФРА, 2012. –352 с.

2. Коханова Л. А. Основы теории журналистики [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 536 с.

Дополнительная литература

3. Ворошилов В.В. Журналистика [Текст]: учебное пособие / В.В. Ворошилов. – 6-е изд.–М.: КноРус, 2016. – 492 с.
4. Дондурей Д. Война за смысл: Телевидение – не только информация, но и механизм террора [Текст] / Д. Дондурей, А. Роднянский, Л. Радзиховский // Искусство кино. – 2004.– № 9.
5. История русской литературной критики [Текст] / под ред. В. В. Прозорова. – М., 2002. – 434 с.
6. Клушина Н. И. Убеждение и манипулирование: разграничение понятий // Русская речь. – 2007. – №5.
7. Короченский А. П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики [Текст] / А. П. Короченский. – Ростов н/Д, 2003.– 280 с.
8. Коньков В. И. Функциональные типы речи [Текст]: учебное пособие /
9. В. И. Коньков, О.В. Неупокоева. – М.: Академия, 2011. – 224 с.
10. Корконосенко С.Г. Основы журналистики [Текст]: учебник /
11. С.Г. Корконосенко.– 2-е изд., перер. и доп.– М.: Аспект Пресс, 2009. – 318 с.
12. Кто убьет газету? [Текст] // Искусство управления. – 2006.– №10.
13. Киселев А.П. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть [Текст]: учебник.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.– 432 с.
14. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.
15. Малишевский Н. Технологии выборов, или как уши машут ослом [Текст] // Наш современник. –2007.– №12.
16. Малыши на триллион [Текст] //Искусство управления. – 2007. – №1.
17. Мединский В. Р. О русском рабстве, грязи и «тюрьме народов» [Текст] 2-е изд., испр. – М., 2008. – 542 с.
18. Михейкина С. Г. Когда газетный заголовок – каламбур [Текст]// Русская речь.– 2008. – №2.
19. На пути к цифре [Текст] // Искусство управления.– 2006. – №11.
20. Новое лицо массмедиа [Текст] // Искусство управления. – 2006.– №2.
21. Петровская И. Играем в дурака [Текст] / И. Петровская // Известия. – 2005.– 28 янв.
22. Прозоров В. В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву [Текст] / В. Прозоров. – Саратов, 2004. – 240 с.
23. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учебник. – М.: Аспект Пресс, 2011.– 351 с.

24. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание [Электронный ресурс] // Режим доступа – <http://www.gumer.info>
25. Сапунов В. И. Неолиберальные стратегии мировых информационных агентств в начале XXI века [Текст] // Вестник ВГУ. Сер: Филология. Журналистика. – 2006. – №1.
26. Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / М.И. Алексеева [и др.]: под ред. Я.Н. Засурского.–М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.
27. Сурикова Т. И. Друг рекламы – враг потребителя: язык как орудие манипулятора сознанием [Текст] // Журналистика и культура речи. – 2007.– №1.
28. Такого вы еще не слышали! [Текст] // Искусство управления. – 2006.–№ 2.
29. Толпа на полке [Текст] // Искусство управления. – 2006.– №1.
30. Сгоняем вес [Текст] // Искусство управления.– 2006.– №3.
31. Федоров А. В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия [Текст] // Инновации в образовании. – 2007. – №4.

Перечень методических указаний

1. Анализ и интерпретация художественного текста [Электронный ресурс]: методические указания к проведению практических занятий для магистров направления подготовки 035700.68-Языки и культура. Теория и методика преподавания языков / Юго-Западный государственный университет ; ЮЗГУ ; сост. Д. В. Силакова. – Курск: ЮЗГУ, 2012. – 60 с. – Библиогр.: с. 60.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.filologia.su> (сайт филологии и лингвистики)
2. <http://www.gramma.ru/LIT/?id=3.0> (словарь литературоведческих терминов)
3. http://www.gumfak.ru/teoriya_liter.shtml
4. <http://www.lib.swsu.ru> – Научная библиотека ЮЗГУ
5. <http://elibrary.ru> – Научная электронная библиотека
6. <http://uisrussia.msu.ru> – Университетская информационная систем«Россия».
7. <http://biblioclub.ru> – Университетская библиотека online