

Мурюкина Е.В. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в странах Восточной Европы // Дистанционное и виртуальное обучение. 2015. № 4. С.81-91.

Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в странах Восточной Европы *

*Е.В. Мурюкина,
кандидат педагогических наук,
Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал Ростовского государственного
экономического университета)*

Аннотация: Статья посвящена практической реализации синтеза медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в странах Восточной Европы, проанализированы основные функции, подходы, виды медиакритики Болгарии, Молдовы, Румынии, Словакии, Чехии, основные направления, формы медиаобразования, синтезирующего медиакритику.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакритика, синтез, школьники, студенты, медиаграмотность, медиатекст, страны Восточной Европы.

** статья написана в рамках исследования при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (РНФ). Проект № 14-18-00014 «Синтез медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов», выполняемый в Таганрогском институте управления и экономики.*

Synthesis of media criticism and media education in the learning process of pupils and students in the countries of Eastern Europa

*Dr. Elena Muryukina,
Anton Chekhov Taganrog Institute,
branch of Rostov University of Economics*

Abstract: The article is devoted to the practical implementation of the synthesis media criticism and media education in the learning process of pupils and students in the countries of Eastern Europe. The author briefly discussed the history of the development of media criticism, analyzed the main features, approaches, types of media criticism, the leading media criticism and media teachers Bulgaria, Moldova, Romania, Slovakia, Czech Republic, determined the basic directions, forms, audience, media education.

Keywords: media education, media criticism, pupils, students, media literacy, media text, Eastern Europe.

Страны Восточной Европы за последние двадцать с небольшим лет прошли сложный путь, который характеризовался как изменением политической, экономической систем, так и трансформацией медиа, включая содержательный компонент, идеологическую основу и пр. Безусловно, упомянутые кардинальные изменения в странах Восточной Европы (Чехии, Словакии, Румынии, Болгарии, Молдовы и т.д.) повлекли изменения медиакритики – ее функций, используемых подходов и пр.

С начала 1990-х в странах Восточной Европы была отменена цензура, что подкреплялись нормативно-правовыми документами. Так в законе Словакии о масс-медиа, указано, что «физические лица могут свободно критиковать правительство, не опасаясь репрессий и угрозы в адрес журналистов. Конституционные положения предусматривают ограничение свободы прессы только в случаях, ограничивающих свободу других людей, государственной безопасности, законности и правопорядка,

здравоохранения и нравственности. Правительство должно обеспечивать достаточный доступ к документам и информации» [18]. Кроме того, законодательство Словакии включает Хартию о правах человека и основных свобод, сформулированную на основе Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод.

В румынской Конституции, принятой в 1991 году, отражено Право на свободу выражения в двух направлениях: «свобода слова» (статья 30); «право на информацию» (статья 31). Осуществление этого права гарантируется следующими положениями: «неприкосновенностью свободы выражения мнения или убеждения и свободой любого изъяснения своих мыслей - на словах, в письменном виде, в фотографии, звуках и пр.; запретом любой цензуры» [16]. Однако эта статья в Конституции Румынии имеет также и ряд ограничений: закон может наложить на масс-медиа обязанность обнародовать их источник финансирования; свобода выражения мнений не должна ущемлять достоинства, чести, неприкосновенности человека и права на собственное изображение; в масс-медиа исключается любое оскорбление страны и нации, подстрекательство к войне, агрессии, национальной, расовой, классовой или религиозной ненависти, дискриминации, территориальному сепаратизму или общественному насилию, а также поведение, противоречащее нравственным законам общества. В случае нарушения данных пунктов гражданская ответственность за медийную информацию возлагается на издателя или продюсера, автора, владельца типографии, радиной или телевизионной станции, канала.

Таким образом, мы можем утверждать, что в Восточной Европе создана демократическая нормативно-правовая база, в рамках которой развивается медийное пространство. В рассматриваемых странах – Чехии, Словакии, Молдове, Румынии, Болгарии и др., законодательство в информационной сфере находится в юрисдикции государства. Но общество нуждается в контроле за получаемой информацией, который может осуществляться как государственными органами, так и социумом, журналистами. Например, в Словакии Совет словацкого правительства регулирует информационную политику в масс-медиа. С. Бреска [9] отмечает, что при Совете создана консультативная группа, которая разрабатывает законопроекты о политике средств массовой информации и коммуникации.

Во всех странах Восточной Европы важная часть информационной политики государства направлена на ограничение доли владения медийными каналами иностранного капитала. Соответствующие законы были приняты еще в начале 1990-х годов. В Словакии не допускается превышение доли 20 % иностранного капитала во владении тем или иным медийным агентством (печатное издание, телевизионный канал, радиостанция и пр.). В тоже время на территории бывшего Советского Союза (например, в Казахстане) к аналогичным мерам правительство

подошло только в XXI веке. Отметим, что закон Словакии об общественной информации СМИ и СМК, регулирует права и обязанности редакций масс-медиа, отношение к государственной власти, органам местного самоуправления, общественным учреждениям.

Мы выделили несколько факторов, которые «стимулировали» интенсивное развитие медиакритики в странах Восточной Европы. При этом под медиакритикой понимается «область современной журналистики, осуществляющей критическое познание и оценку социально значимых, актуальных аспектов информационного производства в средствах массовой информации. Познавая и оценивая медиатексты, журналистская критика средств массовой информации оказывает влияние на восприятие медийного содержания его потребителями. Медиакритика изучает и оценивает подвижный комплекс многообразных взаимоотношений печатной и электронной прессы с аудиторией СМИ и обществом в целом, способствует внесению социально необходимых коррективов в деятельность печатной и электронной прессы» [2, с. 8].

Одним из важных факторов развития современных медиа стало понимание аудиторией того, что, как справедливо заметили румынские ученые, «качество информации, передаваемой по каналам масс-медиа, зависит от вмешательства потребителей. Нормативно-правовая база, которой руководствуются масс-медиа, предполагает отзывы аудитории о нарушениях закона СМИ и СМК в сертификационный орган» [16]. Такая опора на законы, в рамках которых устанавливаются правовые отношения между агентствами и потребителями медиатекстов, характерна для Болгарии, Румынии, Чехии и Словакии.

Вторым фактором, оказавшим влияние на развитие медиакритики в странах Восточной Европы, стала возможность при помощи медиакритических текстов снизить политическое и экономическое влияние на масс-медиа. Так, по итогам мониторинга, агентство FreeEx [16] пришло к выводу, что в Румынии, масс-медиа (пресса, телевидение и пр.) до сих пор подвергаются политическому и экономическому давлению. Такая практика базируется на следующих методах: отсрочка принятия некоторых законопроектов, направленных на формирование независимости службы общественного вещания; аннулирование договоров, рекламных контрактов; наличие органа цензуры в редакционном контенте и пр.

Третьим фактором, относящимся к тематике медиакритики, по нашему мнению, стало интенсивное развитие медийных технологий, что способствовало развитию интерактивности аудитории. Слушатели и зрители медиатекстов перестали быть только потребителями. Они получили возможность высказывать свое мнение, размещать медиатексты на сайтах (электронных аналогах аудиовизуальных или печатных СМИ, масс-медиа, существующих исключительно в Интернете и др.), форумах и т.д. Таким образом, получила импульс к развитию массовая медиакритика.

Активность аудитории стала определенным вызовом на все время увеличивающийся информационный поток.

А.П. Короченский [3] выделяет такие специфические виды медиакритики как академическая, корпоративная и массовая. В процессе изучения и анализа материала, отражающего стратегии развития медиакритики в странах Восточной Европы, мы констатировали, что все три вида медиакритики получили распространение.

Академическая медиакритика имеет адресатами как ученых, так и медиасообщество, и имеет своей целью познание наиболее сложных и масштабных явлений в медийной сфере. Примером этого вида медиакритики можно считать труды Л. Руснак (Молдова), посвященные изучению феномена телевизионного насилия. По итогам своих научных исследований, медиакритик написала и защитила докторскую диссертацию [17]. В поле ее изучения попали следующие вопросы:

- типологизация телевизионного насилия;
- анализ насилия в спортивных передачах;
- анализ насилия в развлекательных программах, передачах и фильмах;
- анализ насилия в документальных фильмах и передачах;
- изучение механизмов медийной политики, направленной на предотвращение насилия на экране;
- применение практики личной ответственности журналистов в освещении насилия;
- восприятие критических телевизионных сообщений как инструмента продвижения политики предотвращения насилия.

Хотя сцены насилия встречаются во многих телевизионных передачах, Л. Руснак отмечает, что в основу отношений между зрителями и телевидением «закладывается спрос зрителей, который должен находить отражение в предложенной создателями программе. Таким образом, масс-медиа подпадают под влияние таких явлений как стереотипизация и стандартизация, в условиях, когда в телевизионные передачи создаются по единственному принципу – угодить вкусу большинства зрителей. Опыт других государств может помочь установить критерии того, что понимается под насилием. Первым шагом может быть проведение мониторинга содержания телевизионного насилия, результаты которых должны быть доведены до сведения общественности, освещены его пагубные последствия» [17].

Задачу медиакритики Л. Руснак видит в просвещении граждан различного возраста о масс-медиа, помощи в адаптации к новым вызовам информационной среды, получении навыков восприятия причинно-следственных связей трансляции насилия на телевизионном экране и в жизни людей и т.д.

Корпоративная медиакритика нашла отражение в деятельности профессиональных союзов, советов и пр. Так, в 2002 году в Словакии был

организован независимый совет прессы. Он в своей основе опирался на три организации масс-медиа: Синдикат словацких журналистов (SSN), Ассоциацию словацких журналистов (ZSN) и Ассоциации словацких издателей. Совет прессы не только контролирует медийную информацию в соответствии с принятыми в стране законодательными актами, но в его обязанности входит получение, рассмотрение и принятие решений по жалобам представителей аудитории на имеющиеся нарушения в информации, передаваемой по каналам масс-медиа. Совет состоит из девяти членов (журналистов и редакторов, издателей), назначаемых основными организациями.

Корпоративная медиакритика представлена и в аудиовизуальных масс-медиа (телевидении). В общем виде можно утверждать, что словацкая модель телевизионной корпоративной медиакритики базируется на опыте и законодательной базе Чехии. «Закон был создан, чтобы обосновать юридическое существование формирующейся двойной системы государственного и частного радио и телевидения. Закон о вещании освещает условия допустимого вещания, стандарты рекламы и спонсорства, определял санкции за несоблюдение. В законе прописываются редакционная независимость и свобода выражения мнений, их беспристрастность и объективность. Запрещено производство и трансляция медиаинформации, которая может подстрекать к насилию или этнической ненависти, спровоцировать войну, или поощрять безнравственность или непристойность» [12].

Корпоративная медиакритика осуществляет свою деятельность в двух основных направлениях:

- совершенствование работы масс-медиа, для достижения наибольшей степени соответствия объективным социальным интересам аудитории,
- постоянный пересмотр и модернизация принципов и норм профессиональных качеств представителей медиаиндустрии (журналистов, редакторов, продюсеров, режиссеров, актеров и т.д.).

Согласно пониманию А.П. Короченского «эти цели осуществимы через исследование и критику механизмов и условий социального функционирования СМИ, через критическое самопознание профессиональных сообществ медийных работников» [3, с. 40].

Массовая медиакритика получила распространение во всех изучаемых странах Восточной Европы – Словакии, Чехии, Румынии, Болгарии. Например, в Румынии аудитория обладает «знаниями о возможностях телезрителя или радиослушателя регулировать поступающую медиаинформацию. Они знают, что имеют возможность сообщить о любых нарушениях аудиовизуального законодательства, соответственно они могут внести значительный вклад в развитие ответственности масс-медиа [16]. Например, когда румынской аудитории задали вопрос, какой институт или учреждение занимается выявлением и

наложением санкций за нарушение медийного законодательства, то большинство респондентов (85 %) ответили, что это Национальный совет по телевидению и радио (N.A.C) и только 8 % затруднились ответить. Практически идентичные показатели относительно такого медийного канала как радиостанции: 72 % респондентов сказали, что аудитория регламентирует деятельность радиоканалов в отношении содержания медиаинформации и возможных нарушений законодательства [16].

Мы считаем, что интерактивные интернет-сайты по медиакритике позволили синтезироваться выделенным А.П. Короченским ее специфическим видам. Поскольку доступ на сайт дает возможность оставить свой комментарий, дискутировать людям вне зависимости от того производят они или потребляют медиаинформацию, это в значительной степени стирает границы между видами медиакритики. Примером такого сайта медиакритики в Восточной Европе стал сайт «Journalism.net» [11]. На нем представлены медиатексты не только известных медиакритиков Болгарии, Румынии, Чехии и Словакии, Молдовы, но других стран - Канады – Дж. Шера; США – Н. Чомского, М. Слоуна и др.

Примечательно, что в рамках этого сайта реализуются различные функции медиакритики: просветительская, информационно-коммуникативная, регулятивно-корпоративная и рекламно-коммерческая:

- в рамках просветительской (образовательной функции) открыты разные школы журналистики, предоставляются знания по анализу медийной информации;
- информационно-корпоративная функция представлена разделом «Содружество Голоса», где происходит общение посетителей сайта, во многих разделах можно найти медиатексты, освещающие экономическую, политическую, культурную жизнь разных стран (государства ранжированы: медиакритика в ведущих странах, в мире, в странах третьего мира);
- регулятивно-корпоративная функция представлена следующими разделами сайта: «Европейский центр журналистики», «Этика СМИ», и т.д.
- рекламно-коммерческая функция реализуется через рекламу университетов, журналистских курсов, объявлений о вакансиях журналистов и пр.

На наш взгляд, медиакритика в странах Восточной Европы развивается в рамках следующих подходов:

- регулятивно-корпоративного. В среде профессиональных журналистов было проведено исследование [16], направленное на выявление профессиональной позиции представителей масс-медиа, по отношению к этическим, нравственным нормам работы. Его результаты показали следующее: 51% респондентов, создающих и публикующих информацию, заявили, что журналист, нанесший оскорбления кому-либо в медиатексте, должен быть оштрафован; 28% считают, что штрафные

санкции должны быть применены к учреждению; 5% опрошенных выступили за жесткие меры наказания в виде тюрьмы. Такое строгое пресечение нарушений этических норм связано с тем, что «значительная доля респондентов (70 %) имела (по крайней мере, один раз) подозрение, что определенный информационный материал был представлен с намерением манипулировать общественным сознанием» [16].

- аналитического подхода. Под аналитическим подходом понимается [1] анализ практики медиатекстов (телевизионных, печатных, интернетных и пр.) с акцентом на его творческую составляющую: разбор и попытку осмысления процессов, информации. Примером использования аналитического подхода могут служить медиакритические статьи чешской национальной газеты «Lidové noviny», которые нацелены на высокообразованных читателей с интеллектуальными комментариями и анализом информации разной тематики, жанров. «Критический журналист должен быть аналитиком» [13].

- информационного подхода. Под информационным подходом Р.П. Баканов понимает в подаче материалов «позицию редакции (отдельного журналиста), освещающих деятельность СМИ и СМК только с событийной, фактологической точки зрения. При этом акцент сделан не на элементы анализа, а на описание процессов, хронику развития определенной ситуации» [1, с. 7].

В качестве примера можно обратиться к основанной в 1992 году в Чехии англоязычной газете «Prague Post», журналисты которой опираются на западный стиль журналистики, «раздражающей чешских правительственных чиновников, а также коренных чешских журналистов и газеты» [10]. В своих медиакритических статьях относительно местных чешских печатных изданий, журналисты газеты «Prague Post» указывают на то, что читателям часто представляются не просто новости, а интерпретация и собственное мнение о них журналиста, что позволяет последним, манипулируя сознанием читателей, формировать выгодную для кого-либо точку зрения на проблему. На основе информационного подхода представители газеты «Prague Post» сделали вывод о том, что часто в прессе представлена информация, в которой широкой чешской общественности трудно различить новости и рекламу, то есть присутствует латентная реклама и управление сознанием аудитории.

Важным вопросом для медиакритики в странах Восточной Европы была и остается проблема политического давления на прессу, телевидение, Интернет. Сегодня в период нестабильности в мировой политике медиакритика играет одну из важных ролей в формировании общественного мнения, часто отличающегося от официальной позиции властей [15].

В ходе изучения медиакритики (ее видов, функций, существующих подходов и пр.) в странах Восточной Европы, мы выявили существующие взаимосвязи с медиаобразованием. Согласно определению А.В. Федорова,

под ним понимается «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники, обретения медиаграмотности» [7, с. 480].

Так, интересный опыт сложился в Словакии: в этой стране получило распространение «медиаобразование дошкольников, школьников в медиасфере (телевидение, кинематограф). Словакии удалось не только сохранить детский кинематограф и телевидение, но и активно развивать его в соответствии с современными потребностями» [5, с. 111]. Выделенное направление существует в двух основных видах:

- показ детских передач и кинопроизведений по центральным телевизионным каналам страны. Нами отмечалось [5], что современная Словакия продолжает интенсивное развитие телевидения для детей и юношества, создавая фильмы при активной поддержке государства. Они транслируются на центральных каналах в удобное для детей время;
- создание телевизионных передач, серий мультфильмов, кинофильмов и их трансляция, которые направлены на развитие медиаграмотности, медиакомпетентности несовершеннолетней аудитории.

В Словакии второй вид развивается в рамках синтеза медиакритики и медиаобразования. К медиапедагогам, которые активно синтезируют медиакритические тексты и медиаобразование в своей деятельности, мы можем отнести: М. Глашнерову, создающую с коллегами детские телевизионные программы на Словацком телевидении (Словакия); Я. Барана и М. Дробны, создающих серию мультфильмов, герои которых учат детей медиаграмотности (Словакия); Р. Волака, реализующего детские телевизионные проекты на чешском телевидении (Чехия).

Говоря о степени синтеза медиакритики и медиаобразования в Болгарии, Чехии, Словакии, Молдове и Румынии, мы будем опираться на концептуальные теории медиаобразования, которые наиболее полно на сегодняшний день раскрыты в работах А.В. Федорова [8].

Например, медиаобразовательная деятельность Л. Кочаковой базируется на единстве семиотической, эстетической теорий и теории критического мышления. Медиапедагог опирается в своей работе на развитие следующих умений: чтение информации с учетом заложенных в нее контекстов; развитие индивидуального, критического, аналитического мышления. Для достижения поставленных целей Л. Колчакова организовала киноклуб для учеников школ. Помимо просмотра кинофильмов, здесь предусмотрена организация дискуссионных бесед, подразумевающих участие и активность учеников, формирующих и поддерживающих интерес к теме дискуссии, формирование целостного мнения о кинопроизведении. Для этого ученикам рекомендуется найти и

прочитать статьи кинокритиков о фильме, соотнести со своими суждениями и восприятием, аргументировать свою точку зрения в процессе дискуссии.

Анализируя медиаобразовательные модели, синтезирующие медиакритику, которые реализуются в восточноевропейских странах, нам хотелось бы обратить внимание на использование познавательных заданий и вопросов.

Так, для учащихся младших классов, вопросы элементарны и требуют кратких ответов. Познавательные вопросы (по итогам просмотра/прочтения медиатекста) сначала ставит сам учитель для всех учеников. Учащиеся размышляют, припоминают кадры, эпизоды, цитаты и дают ответ. Со временем содержание вопросов усложняется: для их решения необходим все больший объем знаний в области медиакритики и медиаобразования, установление все большего количества связей между ними.

Старшеклассникам познавательные вопросы и задания помогают дать самостоятельную оценку нравственных качеств героев печатных медиатекстов, кинофильмов. Подобные вопросы способствуют развитию у молодежи критического мышления, верной жизненной позиции, оценки информации и явлений с позиций демократических свобод.

При реализации таких медиаобразовательных занятий активно используются кинокритические статьи, медиакритические заметки (телевизионные, интернетные, печатные и пр.).

Синтез медиакритики и медиаобразования осуществляется и при организации клубов (на материале прессы) для учащихся разных возрастных групп. Такая медиаобразовательная модель опирается на практическую теорию медиаобразования. Например, медиапедагог из Димитровграда (Болгария), организовал школьный клуб «Молодой журналист» [4]. Его участниками стали 112 старшеклассников. Деятельность клуба направлена на создание условий для успешной социализации школьников, укрепления их мотивации для участия в образовательном процессе. Проект рассчитан на 15 месяцев, опирается на изучение учащимися основ медиаобразования, знакомство с азами журналистики, в том числе в процессе анализа медиакритических статей, написания собственных и т.д.

Необходимо заметить, что медиапедагоги опираются на законодательную базу, действующую на территории Европейского Союза. Е. Стоянова считает, что для Болгарии, как и для других стран Европейского Союза, актуальны рекомендации ЮНЕСКО в области медиаобразования, среди которых она выделяет как наиболее важные следующие:

- «инициировать и поддерживать разработку и внедрение различных программ по медиаобразованию на различных уровнях - от дошкольного до высшего образования, включая медиаобразование

взрослых людей с целью распространения знаний о медиакультуре, формирования критического сознания и повышения уровня медиакомпетенции. Содержательные компоненты данных программ должны включать анализ различных медиатекстов, их использование в качестве инструмента для творческого самовыражения личности;

- организовать курсы переподготовки учителей, углубить их знания в области средств массовой информации и использования соответствующих методов обучения;
- стимулировать исследования в области психологии, социологии, коммуникативистики, содействующих развитию медиаобразования;
- оказывать поддержку деятельности ЮНЕСКО в развитии международного сотрудничества в области медиаобразования» [6].

Е. Стояновой и др. учеными подчеркивается, что конечной целью медиаобразования должно обучать студентов пониманию медиа, знанию их сильных и слабых сторон, проявления предвзятости и основных приоритетов, их роли и влияния.

Выводы. Наше исследование развития медиакритики в странах Восточной Европы показывает, что до сегодняшнего времени здесь сохраняется политическое и экономическое давление на масс-медиа. Оно подменило собой понятие «цензура», но принципы ограничения свободы слова по различным основаниям сохранились. Отметим, что медиакритика в странах Восточной Европы выполняет медиаобразовательную функцию по отношению к широкой аудитории. Существуют как теоретическое обоснование необходимости синтеза медиакритики и медиаобразования в образовательную систему Болгарии, Молдовы, Румынии, Словакии, Чехии, так и практические шаги в этой области.

Исходя из содержательного и целевого компонентов медиаобразовательных моделей, синтезированных с медиакритикой, мы определили ряд задач, которые актуальны для современных восточноевропейских образовательных систем: развитие аналитического, критического мышления, автономии личности по отношению к медиа; противостояние вредным влияниям СМК; удовлетворение различных потребностей аудитории в области медиа; развитие способностей аудитории к политическому, идеологическому анализу различных аспектов медиа, медиакультуры; развитие способностей аудитории к восприятию, пониманию и анализу языка медиа; развитие способностей аудитории к моральному, нравственному, психологическому анализу различных аспектов медиа, медиакультуры; подготовка аудитории к жизни в демократическом обществе; развитие умений аудитории создавать и распространять собственные медиатексты; получение аудиторией знаний по истории медиа, медиакультуры; получение аудиторией знаний по теории медиа и медиакультуры.

1. Баканов Р.П. Картографирование системы медиакритики в общероссийской печати последнего десятилетия XX века // Тонус. 2006. № 13. С. 5–48.
2. Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Автореф. дис. ... д-ра фил. наук. СПб, 2003. 41 с.
3. Короченский А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Междунар. институт журналистики и филологии. Ростов-на-Дону, 2002. 272 с.
4. Млад журналист. <http://www.sbj-bg.eu/index.php?t=11822>
5. Мурюкина Е.В. Медиаобразование в Словакии // Инновации в образовании. 2013. № 4. С. 110-119.
6. Стоянова Е. Медийното образование: какво, как и защо? 2002. http://www.onair.medmediaeducation.it/_casestudies/..%5Cfiles%5C4112009164956-567-62.pdf
7. Федоров А.В. Медиаобразование // Большая российская энциклопедия. Т. 17. М.: Большая российская энциклопедия, 2012. С. 480.
8. Федоров А.В. Медиаобразование: История, теория и методика. Ростов-на-Дону: ЦБВР, 2001. 708 с.
9. Brecka, S. A Report on the Slovak Media. Bratislava: National Centre for Media Communication, 2002.
10. English-Language Publication Changes for Czechs. The Prague Post. Available from <http://www.praguepost.com.cz> .
11. Journalism.net. <http://www.peoplesearchpro.com/journalism/media/criticism.htm>
12. Independent Media Center Prague. Available from <http://www.prague.indymedia.org>.
13. International Journalists Network. Access to Information Law Adopted in Slovakia. Washington, D.C. (June 1, 2000).
14. Lauk, E. 2009. Reflections on Changing Patterns of Journalism in the new EU countries. Journalism Studies. P. 69-84.
15. Media Wars. The Prague Post. 11-17 April 2000. Available from <http://www.praguepost.com.cz>.
16. Romania-media-law-and-practice <http://www.article19.org/data/files/pdfs/analysis/romania-media-law-and-practice.pdf>
17. Rusnac, L. Fenomenul Violentei Televizuale. CHIȘINĂU, 2010. https://docviewer.yandex.ru/?url=yamail%3A%2F%2F2060000004624725371%2F1.2&name=_files_theses_2010_15969_ludmila_rusnac_thesis.pdf&c=54565a1b0485
18. Slovakia. <http://www.pressreference.com/Sa-Sw/Slovakia.html#ixzz3Gu5vkMiJ>

References

1. Bakanov, R.P. Mapping system media criticism in the national press last decades of the twentieth century // Tonus. 2006. No. 13. P. 5-48.
2. Korochinsky, A.P. Media criticism in the theory and practice of journalism. Abstract of Ph.D. dis. St. Petersburg, 2003. 41 p.
3. Korochinsky, A.P. The Fifth Power? The phenomenon of media criticism in the context of the information market. Rostov-on-don, 2002. 272 p.
4. Young Journalist. <http://www.sbj-bg.eu/index.php?t=11822>
5. Murykina, E.V. Media education in Slovakia // Innovations in education. 2013. No. 4. P. 110-119.
6. Stoyanova, E. Media Education: how and for? 2002. http://www.onair.medmediaeducation.it/_casestudies/..%5Cfiles%5C4112009164956-567-62.pdf
7. Fedorov, A.V. Media education // The Great Russian Encyclopedia. M: Great Russian Encyclopedia, 2012. P. 480.
8. Fedorov, A.V. Media Education: History, Theory and Methodology. Rostov-on-Don: CVVR, 2001. 708 p.
9. Brecka, S. A Report on the Slovak Media. Bratislava: National Centre for Media Communication, 2002.
10. English-Language Publication Changes for Czechs. The Prague Post. Available from <http://www.praguepost.com.cz> .
11. Journalism.net. <http://www.peoplesearchpro.com/journalism/media/criticism.htm>
12. Independent Media Center Prague. Available from <http://www.prague.indymedia.org>.
13. International Journalists Network. Access to Information Law Adopted in Slovakia. Washington, D.C. (June 1, 2000).
14. Lauk, E. 2009. Reflections on Changing Patterns of Journalism in the new EU countries. Journalism Studies. P. 69-84.
15. Media Wars. The Prague Post. 11-17 April 2000. Available from <http://www.praguepost.com.cz> .
16. Romania-media-law-and-practice <http://www.article19.org/data/files/pdfs/analysis/romania-media-law-and-practice.pdf>
17. Rusnac, L. Fenomenul Violentei Televizuale. CHIȘINĂU, 2010. https://docviewer.yandex.ru/?url=yamail%3A%2F%2F2060000004624725371%2F1.2&name=_files_theses_2010_15969_ludmila_rusnac_thesis.pdf&c=54565a1b0485
18. Slovakia. <http://www.pressreference.com/Sa-Sw/Slovakia.html#ixzz3Gu5vkMiJ>