

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
профессионального образования**

Национальный исследовательский университет

«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна

Программа дисциплины

« Медиакритика»

для направлений: «Мультимедийная журналистика», «Менеджмент в СМИ»,

«Медиапроизводство в креативных индустриях»

подготовки магистра (дисциплина по выбору)

Автор программы: кандидат филол. наук А.Г.Качкаева

Рекомендовано секцией УМС

Одобрено на заседании департамента

Председатель

медиа

Зав. департаментом _____ Тихомирова Т.Б.

« ____ » _____ 2014 г.

« ____ » _____ 2014 г.

Утверждено УС факультета

Коммуникаций, медиа и дизайна

Ученый секретарь

« ____ » _____ 2014 г.

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями
университета и другими вузами без разрешения разработчиков программы.*

Москва 2014

Требования к результатам освоения дисциплины:

Настоящий курс направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

Код компетенции по порядку	Код компетенции и по ЕК	Формулировка компетенции
СК-2	СК-М2	Способен предлагать концепции, модели, изобретать и апробировать способы и инструменты профессиональной деятельности
СК-4	СК-М4	Способен совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры
СК-7	СК-М7	Способен организовать многостороннюю (в том числе межкультурную) коммуникацию и управлять ею
ПК-1	СЛК –М1Ж	Способен задавать, транслировать правовые и этические нормы в профессиональной и социальной деятельности, в том числе посредством участия в общепрофессиональных союзах журналистов, деятелей культуры, руководителей СМИ и т.д.
ПК-2	СЛК –М2Ж	Способен использовать социальные и мультикультурные различия для решения проблем в профессиональной и социальной деятельности, с учетом норм толерантности и непредвзятости в освещении событий и руководствуясь общественным интересом
ПК-3	СЛК –М3	Способен определять, транслировать общие цели в профессиональной и социальной деятельности
ПК-4	СЛК –М4Ж	Способен к осознанному выбору стратегий межличностного взаимодействия в процессе профессионального общения с коллегами, партнерами и ньюсмейкерами (героями публикаций и журналистских материалов).
ПК-5	СЛК –М5	Способен транслировать нормы здорового образа жизни, увлекать своим примером
ПК-6	СЛК –М6	Способен разрешать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы
ПК-7	СЛК –М7Ж	Способен строить профессиональную деятельность, бизнес и делать выбор, руководствуясь принципами социальной ответственности и общественного интереса, а также общественно-ориентированной миссией профессий, связанных с массовой коммуникацией
ПК-8	СЛК –М8	Способен порождать принципиально новые идеи и продукты, обладает креативностью, инициативностью
ПК-10	ИК-М 1.2ПпД	Способен организовать собственную профессиональную деятельность на основе правовых норм и профессиональных обязанностей

ПК-11	ИК-М 2.1 Ж	Способен воспринимать тексты средств массовой коммуникации с точки зрения их перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств).
ПК-12	ИК-М 2.2.1_2.2.2_ 2.4.1_2.5.2 Ж	Создавать тексты для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов на государственном языке
ПК-15	ИК-М3.1_2.5.2Ж	Способен использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов
ПК-18	ИК-М3.2	Способен использовать методы, методики и приемы для презентации результатов проектно-аналитических, научно-исследовательских, аналитических, экспертно-консультационных задач.
ПК-23	ИК-М 4.2Ж	Способен создавать компьютерные презентации с использованием иллюстративных средств и визуализации для представления результатов научной, проектно-аналитической, аналитической, экспертно-консультационной деятельности, а также для визуализации преподавательской деятельности.
ПК-24	ИК-М 5.3_5.6	Способен описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат гуманитарных и социальных наук для решения проблем на стыке наук, в том числе для студенческой аудитории для целей преподавания
ПК-25	ИК-М 5.4	Способен описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат экономической науки для решения менеджеральных задач в области медиабизнеса
ПК-39	ИК-М1.2ОУД_Ж	Способен осуществлять мотивацию сотрудников творческих подразделений медиакомпаний с учетом специфики творческого характера труда
ПК-40	ИК-М 7.10Ж	Способен оценивать творческую продукцию, ее потенциальную привлекательность для рынка
ПК-41	ИК-М 1.1ПД_7.11Ж	Способен разрабатывать новые виды жанров и форматов продукции средств массовой коммуникации, производить творческие пилотные проекты

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

знать

- иметь представление о видах медиакритики, ее социальной роли, месте в медиаиндустрии и обществе;

- иметь представление об особенностях презентации критических материалов в изданиях разного типа, предназначенных для разной аудитории с учетом особенностей «языка» разных медиа платформ;
- иметь представление о методах критического анализа творческого произведения и технологии его производства для разных медиаплатформ;
- иметь представление о этических требованиях к деятельности медиакритика;
- иметь представление о культурных производствах, инструментах экономики культуры, медиаиндустрии и арт-бизнесе;
- иметь представление о специфике медиаизмерений и методах исследований медиаиндустрии, как необходимом инструменте для подготовки экспертных материалов в профессиональных и массовых изданиях
- иметь представление о медиаграмотности, о методах, применяемых в медиаобразовании;
- иметь представление о перспективах развития медиакритики в условиях развития гражданской журналистики и социальных медиа

уметь

- уметь ориентироваться в видах (академическая, профессиональная, массовая, общественная) и типах медийной критики: медиакритика содержания (рецензирующая, интерпретирующая, проблемно-постановочная, описательная/обзорная, комментирующая, «желтая») и индустриальная медиакритика (анализ и оценка производственных процессов, субъектов рынка, медиаизмерений аудитории);
- уметь выбирать, систематизировать, определять, формулировать область и тему для критического анализа;
- уметь анализировать продукцию различных медиаиндустрий
- ориентироваться в функциональном, жанровом и стилистическом разнообразии произведений ведущих медийных критиков
- уметь создавать произведения, учитывая тип издания, характер аудитории и особенности языка медиаплатформы

владеть

- владеть методами анализа медиа произведения;
- владеть жанрами медиакритики, формами записи и иных вариантов вербализации контента;
- владеть навыками презентаций своих проектов

Формы организации учебного процесса:

- проведение лекционных занятий;

- проведение семинарских занятий, в основе которых – просмотр аудиовизуальных произведений и отработка навыков анализа, обсуждение творческих проблем и разбор материалов из практики современной медиакритики;

- домашние задания - написание критических материалов в разных жанрах (реплика, мини-рецензия аудиовизуального произведения, обзор, индустриальный анализ), подготовка презентаций;

- самостоятельная работа студентов по освоению теоретического материала.

Структура итоговой оценки:

Итоговая оценка складывается:

- посещений занятий -20%
- зачета- 50 %
- дом. задания -30%

Итоговая оценка по дисциплине

Оитг.оц.= Опос.лек.+ О зачет + О д.з.

Оитг.оц.= 20%+50%+30%

Тематический план учебной дисциплины

№	Наименование темы	Всего часов	Аудиторные часы		Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	
1	Медиакритика: понятие, функции, роль в обществе, значение для медиаиндустрии	4	2	0	12
2	История медиакритики. Медиакритика как особый вид деятельности	4	2	0	12
3	Виды медиакритики. Области медиакритики. Социальная роль критики	4	2	2	12
4	Анализ медиа в профессиональных и массовых изданиях	2	2	2	12
5	Методика критического анализа. Жанры.	4	2	2	12

6	Кино и телевизионная критика как общественный институт и инструмент продвижения аудиовизуальной продукции	4	2	2	12
7	Медиакритика и журналистика lifestyle	2	2	2	12
8.	Медийная критика как форма гражданской культуры и саморегулирования экспертного сообщества	4	2	2	12
9.	Медиакритика и гражданское общество	4	2	2	6
10.	Медиакритика как часть медиаобразования. Трансмедиа и перспективы медиакритики	4	2	2	6
	Итого	36	20	16	108

Содержание курса

Тема 1. Медиакритика: определение понятия. Функции. Роль в обществе и в медиаиндустрии. Медиакритика как особый вид деятельности

“ Media criticism” (медиакритика) относится к научному анализу деятельности медиа в исследовательских работах. Это неотъемлемый компонент науки о массовых коммуникациях (наряду с теорией и историей). Медиакритика – это область журналистского творчества, осуществляющей критико-оценочное познание медийного содержания и актуальных проблем функционирования медиа в обществе. Функциональное разнообразие медиакритики: информационно-коммуникативная, оценочная, интерпретирующая, мониторинга содержания СМИ, обзора и анализа функционирования субъектов медиарынка, регулирующая, функция социальной организации общества, рекреативная, контроля медиабизнеса, коммерческо-промоцийная, функция просвещения и прогноза. Медиакритика - специфическая область современной журналистики, осуществляющая критическое познание и оценку социально значимых, актуальных аспектов медиапроизводства. Социальный и культурный контексты критики, ее публицистическая природа. Адресаты критики: автор (творческий коллектив) анализируемого произведения; аудитория произведения; владельцы и управленцы медиа и смежных индустрий. Массовое и профессиональное сознание.

Тема 2. История медиакритики

История медиакритики в России и за рубежом: между медиаиндустрией и искусствоведением. Предшественники медиакритики (литературная, театральная, музыкальная критика). 60-е гг. начало телекритики в СССР (В. Сапжак). Критическая публицистика в партийной печати, специализированные журналы и искусствоведческий анализ. 1971 г. - первая регулярная колонка о ТВ в «Лос-Анджелес Таймс». Бум телевизионной критики в США. Медиакритика как цивилизующий фактор, способствующий нейтрализации и коррекции негативных проявлений в деятельности

СМИ (особенно, чрезмерной коммерциализации) и в их информационном взаимодействии с обществом. В перестроечные и постперестроечные годы в России формируется медиаобразовательное направление в медиакритике. Общественная (любительская) медиакритика, представленная в он-лайн среде и блогосфере на сайтах общественных объединений, осуществляющих общественный контроль за медиа. активно развивается в цифровую эпоху в конце XX века

Тема 3. Виды медиакритики

Медиакритика в зависимости от характеристик субъектов творческо-критической деятельности, содержания критических произведений и объектов их воздействия делится на: *академическую, профессиональную* (внутрикорпоративную), *массовую*. Эта триада и составляет явление медиакритики, как журналистского явления Академическая представлена в научных журналах университетов, профильных институтов. Профессиональная - в профессиональных журналах и рубриках периодических изданиях), массовая – в популярных массовых медиа и таблоидах («желтая» пресса). Массовое сознание аудитории (потребителей медийной информации) – это объект медиакритики. Типы аудитории медиакритики (основные): сообщества профессионалов - создателей медийного содержания; академические сообщества исследователей массовых коммуникаций; массовая аудитория СМИ.

Тема 4. Анализ медиа в профессиональных и массовых изданиях.

Типология изданий о медиа. Программы и рубрики о медиа в качественных изданиях и в таблоидах. Радиопрограммы о медиа. Анализ медиа в сетевых изданиях. Жанровая специфика, особенности стиля и языка. Различные типы восприятия печатного и звучащего слова. Описание процесса создания передач на радио, телевидении и для сети Интернет.

Тема 5. Методика критического анализа. Жанры.

Жанровое разнообразие материалов о медиа. Система информационных и аналитических жанров: заметка, анонс, репортаж, интервью, обзор, реплика, мини-рецензия, статья, эссе, презентация результатов медиа исследований. Системы медийных рубрик: рубрики с четко выраженной оценочностью медийных произведений; рубрики без анализа медийного содержания СМИ; смешанные рубрики. Тематические направления медийной критики. Специфика медийной критики в Рунете (на примерах специальных отдельных ресурсов и рубрик на сайтах online-СМИ). Особенности авторского стиля ведущих телекритиков. Технология и методика медиакритика

Тема 6. Кино и телевизионная критика как общественный институт и инструмент продвижения аудиовизуальной продукции

Особенности анализа аудиовизуального произведения. Телевизионная и кинокритика критика как форма самопознания ТВ и кино. Преобладание телевизионной критики в печатных СМИ и сетевых медиа. Рубрики, посвященные ТВ и кино, в современных ведущих СМИ России: печатных (газеты - «АиФ», «КП», «Известия», «РГ», «Коммерсант», «МН», «ЛГ», «НГ», «МК», «Новая газета»; журналы - «Искусство кино», «Сеанс», «Медиа-профи», «Кабельщик», «Журналист» и др); радио («Эхо Москвы»,

«Культура», «Радио Свобода», «Коммерсант ФМ»); он-лайн (Colta , РИА Новости, Lenta , Gazeta и др). Телегиды как особый тип изданий о медиа . Телевидение о кино («Закрытый показ», Первый; «Смотрим. Обсуждаем», «Документальная камера», Культура; «Индустрия кино», Россия24, промо-рубрики кинопоказа с участием кинокритиков).

Тема 7. Медиакритика и журналистика lifestyle.

Арт-журналы (архитектура, современное искусство, музыка, фотография). Журналы об «образе жизни» (дизайн, мода, кулинария) как инструмент продвижения товаров творческих индустрий(от арт-критики к арт-бизнесу и бизнесу в сфере услуг). Взаимодействие шоу-бизнеса и медиа. Эстрадные артисты, производители медиапродукции и проблема критики. Шоу-бизнес и таблоиды

Тема 8. Медийная критика как форма развития гражданской культуры и саморегулирования экспертного сообщества

Современные медиа и проблемы доверия. Медиакритика и общественный консенсус. Специализированные издания и профессиональная экспертиза. Профессиональные клубы, ассоциации, гильдии, премии. Просветительская деятельность медиакритики. Этические стандарты и медиакритика.

Тема 9. Медиакритика и гражданское общество

«Обыденный критики»: медиакритика в социальных сетях. Критика он-лайн: самодеятельная критика и «модерирование» обсуждения содержания медиа в социальных сетях. Гражданские организации и объединения , выполняющие функции общественной экспертизы медиасреды. Комитеты заинтересованных зрителей и Комиссии по жалобам на прессу

Тема 10. Медиакритика как часть медиаобразования. Трансмедиа и перспективы медиакритики

Базовая литература:

1. Баканов Р.П. «Книга жалоб» на телевидение: Эволюция газетной телевизионной критики в Российской Федерации 1991–2000 годов [Текст] / Р.П.Баканов. – Казань: Изд-во Казан. гос. унта, 2007. – 298 с.
2. Бенъямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости.— М., 1996.
3. Berger M. The Crisis of Criticism. –New Press, 2004
4. Бурдые Пьер. О телевидении и журналистике. М., 2002
5. Браун Д, Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М., 2004
6. В зеркале критики: Из истории изучения художественных возможностей массовой коммуникации [Текст] / Отв. ред. В. Боров, С. Фурцева. – М.: Искусство, 1985.
7. Варганов А.С. Телевизионные зрелища [Текст] / А.С. Варганов. – М.: Знание, 1986.
8. Дебор Г-Э. Общество спектакля. М., 2000
9. Дебре Р. Введение в медиологию. М.: Практис, 2009.

10. Дозор как симптом. Культурологический сборник. М., 2006
11. Дубин Б. Телевизионная эпоха: жизнь после//Интеллектуальные группы и символические формы: очерки социологии современной культуры. М.,2004. С. 185-209
12. Исакова А. С какой ноги начинает ходить сороконожка. Три экспериментальных направления критики современной журналистики / А. Исакова // Журналистика и медиарынок. – 2004. – № 1. – С. 26–28.
13. Качкаева А.Г. Укрощение «джинсы». Краткая финансовая история первого канала// Журналист, № 10, 1997
14. Качкаева А.Г. История телевидения в России: между властью, свободой и собственностью <http://www.ru-90.ru/node/1316>
15. Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета.- Серия 10 "Журналистика" . – 2010 . – № 6 . – С.42-51
16. Качкаева А. Г. [Исследования СМИ: методология, подходы, методы](#) / Под общ. ред.: И. Фомичева. М. : Издательство МГУ, 2011.
17. Качкаева А. Г. [Символические фигуры: о динамике развития образов лидеров России и их отражении в телевизионном эфире](#) // В кн.: Смеющаяся НЕреволюция: движение протеста и медиа (мифы, язык, символы) / Под общ. ред.: А. Г. Качкаева. М. : Фонд «Либеральная миссия», 2013. С. 84-131.
18. Киреев О. Краткий глоссарий тактической медиакритики / О. Киреев // Художественный журнал. – 2005. – №№ 58/59. // <http://xz.gif.ru/numbers/58-59/glossariy>
19. Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка [Текст] / А.П. Короченский. – Р/н/Д.: Международный институт журналистики и филологии, 2002.
20. Короченский А. Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ. Признаки неблагополучия / А. Короченский // Журналистика и медиарынок. – 2006. – № 12. – С. 44–46.
21. Marzolf, M. Civilizing Voices: American Press Criticism. 1880-1950. Longman. NY, 1991
22. Муратов С.А. Телекритика как самосознание телевидения / С.А. Муратов // <http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?abno=4612&page=5/>
23. Новикова А.А. Современное телевизионное зрелище: истоки, формы и методы воздействия. Спб.,2008
24. Наука телевидения. Научный альманах. Вып.1,2,3. М., 2004 (Вып.1), 2005 (Вып..2), 2006 (Вып.3).
25. Полуэхтова И.А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения. М., 2010
26. Разлогов К. Искусство экрана: от синемаатографа до Интернета / Рос. ин-т культурологии. — М. : РОССПЭН, 2010.
27. Rubinstein R. Critical Mess: Art Critics on the State of their Practice. –Hard Press Editions Dist A/C, 2006.
28. Российское телевидение: между спросом и предложением (В 2 томах). Под редакцией А.Г. Качкаевой, И.В.Кирия. М.,2007.

29. Российское телевидение: индустрия и бизнес. М., 2010
30. Рихтер А.Г. Свобода массовой информации в постсоветском пространстве. М.,2007.
31. Сто одна теленеделя с Ириной Петровской [Текст] / Гл. ред. Я.Н. Засурский. – М.: Журфак МГУ; Гуманитарный центр Монолит, 1998.
32. Саппак В. Телевидение и мы. М., 2007 См.: <http://www.evartist.narod.ru/text12/83.htm>
33. Служба общественного вещания. Справочник лучших приемов и методов работы /Под.ред. И.Банержи, К.Сеневиратне. Русское издание UNESCO.М.,2006
34. Советский человек у телеэкрана//Неприкосновенный запас, №3, 2007. С.131-182.
35. Секретная служба телевидения. О функциях телекритики «Круглый стол «ИК»// Искусство кино. №4.2008. С.63-85
36. Специальный выпуск журнала “Pro et Contra” по СМИ в России <http://pubs.carnegie.ru/p&c/Vol5-2000/4/>
37. Специальный выпуск журнала «Отечественные записки» по СМИ в России <http://magazines.russ.ru/oz/2003/4/index-pr.html>
38. Телевидение: режиссура реальности. Сост. Д.Дондурей. – М.: Искусство кино, 2007 (Серия «Искусство кино» - особый взгляд)
39. Телевизионная мозаика /Под ред. В.Л. Цвика. Вып. 1-3. М., 1997-1998.
40. Тагейт М. Телевещатели //Медиамагнаты: как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М.,2006.
41. Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. М., 2004
42. Чередниченко Т. Россия 90-х в слоганах, рейтингах, имиджах/Актуальный лексикон истории культуры. М.,1999.
43. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием/ Науч.ред.Я.Н.Засурского.М.,1980.
44. Энциклопедия мировой индустрии СМИ/ Под ред. Е.Л. Вартановой. М.,2006
45. Маклюэн М. Понимание медиа. внешние расширения человека. М., 2007.
Дополнительная литература:
- 1.Акопов А. Практика программирования телевизионного канала / А. Акопов // Телефорум. – 2001. – № 5. – С. 8–12
- 2.Андрунас Е.Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. М., 1991.
- 3.Аношина И.В. Организация общественного мониторинга СМИ и медиакритики «Fair» (США) в системе гражданского диалога со СМИ / И.В. Аношина // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: сб. научных трудов II Междунар. науч.-практ.конф. Т.1 / Под ред. А.П. Короченского. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2007. – С. 275–281.
- 4.Бард А., Зодерквист Я. NET – ократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. С - П., 2004
- 5.Барт Р.Мифология/ Пер.с фр., встп. ст. и комент. С. Зенкина. М.,2008
- 6.Борев Ю.Б. Роль художественной критики в художественном процессе [Текст] / Ю.Б. Борев. – М.: Знание, 1979.
- 7.Выровцева Е.В. Медiateкст как средство формирования образа жизни / Е.В. Выровцева // Профессия – журналист: вызовы XXI века. Сборник материалов международной научной конференции «Журналистика 2006». – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2007. – С. 124–125.
- 8.Григорова Д.Е. Медиаобразование как одно из условий развития критического мышления / Д.Е. Григорова // Медиаобразование: от теории – к практике / Сост. И.В. Жилавская. Томск: Изд-во Томск. ин-та информационных технологий, 2007. – С. 113–118.

9. Захаров Е.Е. Этические аспекты российского телевидения в оценках современной телекритики / Е.Е. Захаров // Филологические этюды: Сб. науч. ст. молодых ученых / Отв. редактор Е.Е. Захаров. – Саратов: Изд-во Латанова В.П., 2005. – Вып.8. – Ч. 1–11. – С. 223–226.
10. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну [Текст] / Н.Б. Кириллова. – М.: Академический Проект, 2005.
11. Кисунько В. Тело покойного мужа, или Нужно ли телекритике телевидение? / В. Кисунько // Телевидение и радиовещание. – 1991. – № 10.
12. Кузнецов Г.В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма [Текст] / Г.В. Кузнецов. – М.: РИП-холдинг, 2004. – 222 с.
13. Куренной В. Медиа: средства в поисках целей / В. Куренной // Отечественные записки. – 2003. – № 4.
14. Латынина Ю. И куда только смотрит телевизор? Как дешифровать новости государственного ТВ. Инструкция для пользователя / Ю. Латынина // Новая газета. – 2006. – 9.10. – С. 12.
15. Минкин А. Под властью маньяков / А. Минкин // Московский комсомолец. – 2008. – 20.04. – С. 3.
16. Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений) [Текст] / С.А. Муратов. – М.: Логос, 2001.
17. Матизен В. Критик критику – критик / В. Матизен // Искусство кино. – 2005. – № 11. – С. 32–41.
18. Медиаобразование: от теории – к практике [Текст] / Сост. И.В. Жилавская. – Томск: Изд-во Томск. ин-та информационных технологий, 2007.
19. Мурюкина Е.В. Развитие критического мышления студентов в процессе медиаобразовательных занятий / Е.В. Мурюкина // Актуальные проблемы журналистики в условиях глобализации информационного пространства. – 2007. – № 1. – С. 115–120.
20. Мэйс И. Работа над ошибками. Опыт омбудсмана газеты «Гардиан» [Текст] / И. Мэйс / Пер. с англ. С. Аникеева. – М.: Институт проблем информационного права, 2005. – 336 с.
21. Парфенов Л.Г. Нам возвращают наш портрет. Заметки о телевидении [Текст] / Л.Г. Парфенов, Е.Л. Чекалова. – М.: Искусство, 1990. – 206 с.
22. Петровская И. Медиакритика: «хорошие» и «плохие» мальчики. Почему телевизионщики пытаются расширить границы допустимого / И. Петровская // Журналистика и медиарынок. – 2003. – № 2. – С. 43–44.
23. Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия: Интерактивное поле взаимодействия [Текст] / Е.В. Поберезникова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 222 с.
24. Прозоров В.В. Предмет истории журналистской критики / В.В. Прозоров // 300 лет российской журналистики: Материалы научно-практической конференции 11 декабря 2002 / Под ред. Г.В. Жиркова. – СПб.: Изд-во «Роза мира», 2003. – С. 33–35.
25. Рихтер А. Саморегулирование по команде. Власть пытается управлять прессой через общественные структуры / А. Рихтер // Журналистика и медиарынок. – 2006. – № 11. – С. 29–30.

26. Саморегулирование журналистского сообщества: опыт и перспективы жизнедеятельности. Перспективы становления в России / Под ред. Ю.В. Казакова. – М.: Издательский дом «Стратегия», 2003. – 368
27. Сонин К. Проверить алгеброй <http://lib.rus.ec/b/335911/read>
28. Талалаева Е.М. К чему приводит медиабезграмотность / Е.М. Талалаева // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: сб. научных трудов II Междунар. науч.-практ. конф. Т.1 / Под ред. А.П. Короченского. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2007. – С. 238–243.
29. Федоров А.В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия / А.В. Федоров // Инновации в образовании. – 2007. – № 4. – С. 30–47.
30. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность [Текст] / А.В. Федоров. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 340 с.
31. Филатова А.С. Пресс-омбудсмен в России: неуместная фантазия или насущная необходимость? / А.С. Филатова // Журналистика и право. Выпуск 55. – М.: Институт проблем информационного права, 2005. Доступно также по адресу: www.unesco.ru/files/cd/ci-acts/books/self2/01.html.
32. Фомин С. Записки у телевизора: Краткий очерк нового отечественного ТВ (1986–2006) [Текст] / С. Фомин. – М.: ГИТР, 2006.
33. Фрейлих С.И. Телевизионные парадоксы: Дневник критика [Текст] / С.И. Фрейлих. – М.: Киноцентр, 1995.
34. Чельшева И.В. Критический анализ медиатекста: теоретические аспекты проблемы / И.В. Чельшева // Медиаобразование. – 2007. – № 4. – С. 9–17.
35. Чиненова О.С. История телекритики в России на фоне истории литературной критики: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.С. Чиненова; Саратовский гос. ун-т. – Саратов, 2006. – 22 с.
36. Шеина И.Б. Телевизионная критика о современном новостном ТВ / И.Б. Шеина // Журналистика 2005: Трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики им. М.В. Ломоносова, 2006. – С. 393–394.
37. Шемякин А. Гамбургский счет. Праздник общей беды / А. Шемякин // Культура. – 2004. – № 41. – С. 8.

Публикации в газетах и журналах:

- тематические телевизионные полосы и публикации на темы кино и телерадиовещания в газетах: «Коммерсант», «Ведомости», «Независимая газета», «Новая газета», «Российская газета», «Московский комсомолец», «Известия», «Огонек», «Искусство кино», «Сеанс» и др;
- радиoproграммы о телевидении: «Смотрим телевизор» (Радио Свобода), «Человек из телевизора», «Телехранитель» (Эхо Москвы), «Переключая канала» (Радио «Культура») и др
- он-лайн (Colta.ru, ria.ru, Lenta.ru Gazeta.ru afisha.ru и др).

Интернет-ресурсы:

www.minsvyaz.ru - сайт Министерства связи и массовых коммуникаций РФ

www.fapmc.ru - сайт Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям

www.tefi.ru - сайт Академии российского телевидения. История конкурса ТЭФИ

www.nat.ru - сайт Национальная Ассоциации телерадиовещателей

www.mediaatlas.ru - Атлас российских медиаменеджеров и медиакомпаний

www.broadcasting.ru - статьи об эфирном, спутниковом и кабельном телевидении, радиовещании и др.

www.aktr.ru - сайт Ассоциации кабельного телевидения России

www.tvmuseum.ru - сайт Музея радио и телевидения в Интернете. История ТВ и РВ

www.tv-digest.ru - Новости аудиовизуальных СМИ

www.artdocfest - сайт Открытого российского фестиваля документального кино

www.kinoexpert.ru - Энциклопедия о кино, фильмы, актеры, видео, кинотеатры, фото

www.ra-informkino.ru - сайт Российского агентства "Информкино". Новости, тематические рубрики и др.

www.slon.ru - информационный портал (раздел Медиа)