Игнатова Ирина Борисовна

кандидат филологических наук, доцент

кафедра журналистики и медиакоммуникаций, Институт журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет 119991, Российская Федерация, Москва, улица Малая Пироговская, дом 1, строение 1, e-mail: iignatova4@gmail.com

Irina B. Ignatova

PhD in Philology, Associate Professor

Department of Journalism and Media Communications, Institute of Journalism, Communication and Media Education, Moscow State Pedagogical University 1/1 M. Pirogovskaya Str., Moscow, 119991, Russian Federation, e-mail: iignatova4@gmail.com

НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫЕ БЛОГИ КАК НОВАЯ ФОРМА МЕДИАКРИТИКИ

Аннотация. Статья посвящена изучению значимости немецкоязычных блогов медийных критиков для развития и успешного функционирования масс-медиа в немецкоговорящих странах: Австрии, Швейцарии, Германии. Ключевой на сегодня вопрос в немецкоязычной теории средств массовой информации касается методов повышения качества журналистских материалов, уровень которых, по мнению исследователей, стремительно падает в последние годы. Это обусловлено рядом факторов: перенасыщенностью информационного поля, проблемами с редакционными ресурсами, политической и экономической ангажированностью СМИ. Критериями качества в данном случае выступает независимая, объективная, полная информация, в соответствии с которой реципиент может сформировать объективное мнение об окружающей действительности.

Решить вопрос, связанный с качеством журналистских материалов, призвана медиакритика. Осуществляя, согласно немецким исследователям медиа, информационную, ориентирующую и оценочную функции, медиакритика способствует повышению качества журналистских материалов. Блоги, будучи неотъемлемой частью современной системы средств массовой информации, являются сегодня наиболее удобной площадкой для осуществления этой цели. Обусловлен данный феномен тем, что блоги обладают рядом особенностей: они диалогичны, экономически независимы, с помощью них появляется возможность легко и быстро распространять информацию среди наибольшего числа потенциальной аудитории. Профессиональные медиакритики в своих блогах оценивают современные журналистские материалы с нескольких позиций: с точки зрения их внешней формы, или, другими словами, стиля, структуры текста, содержания и способов влияния на общественное сознание.

Немецкоязычные блоги, посвященные медиакритике, исследователи обозначают термином «watchblogs» (условно назовём их «блоги наблюдения»). Сегодня именно они стали наиболее удобной и популярной площадкой для дискуссии о влиянии средств массовой информации на общество и их роли в нем.

Ключевые слова. Средства массовой информации, медиакритика, новые медиа, немецкоязычные блоги.

Информация о статье. Дата поступления 13 февраля 2017 г.; дата принятия к печати 01 марта 2017 г.; дата онлайн-размещения 08 июня 2017 г.

GERMAN-LANGUAGE BLOGS AS A NEW FORM OF MEDIA CRITICISM

Abstract. The article is devoted to studying the importance of German-language blogs of media critics for the development and successful functioning of mass media in German-speaking countries, i. e. Austria, Switzerland, Germany. The current key problem in the German media theory is related to methods aimed at improving the quality of journalistic materials, whose level, according to some researchers, is decreasing rapidly in recent years. This is due to several factors: oversaturation of the information field, editorial resources issues, the media being politically and economically corrupt. Quality criteria in this case are independent, objective, complete information, in accordance with which the recipient can form an objective view of the social realm.

Media criticism is to give a solution to the problem of journalistic materials quality. According to German researchers, while performing informative, orientating and evaluative functions media criticism contributes to improving journalistic materials quality. Being an integral part of the modern media system, blogs are now the most convenient platform to achieve this purpose. This is due to the fact that blogs have several peculiarities: they are interlocutory, economically independent, information can be disseminated quickly and easily among big potential audiences with the help of them. Professional media critics assess contemporary journalistic materials in their blogs from several viewpoints: in terms of their external form, or, in other words, style, text structure, content and how they shape the public consciousness.

Researchers call German-language blogs, devoted to media criticism, «watch blogs». Today, they have become the most convenient and popular platform for discussing the impact of media on society and their role in it.

Keywords. Mass media, media criticism, new media, German-language blogs.

Article info. Received February 13 2017; accepted March 01, 2017; available online June 08, 2017.

Согласно тезису немецкого социолога Никласа Лумана, который он высказал в своем труде «Реальность массмедиа» («Die Realität der Massenmedien»), средства массовой информации играют в нашей жизни

незаменимую роль. По его словам, «то, что мы знаем об обществе и даже о мире, мы знаем благодаря массмедиа. <...> С другой стороны, мы так много знаем о массмедиа, что не можем доверять им» [1, с. 9].

Именно средства массовой информации информируют нас о событиях, происходящих в мире. Более того, они помогают нам понимать смысл и значение этих событий, чтобы мы имели возможность составить о них собственное мнение и, соответственно, использовать эти знания тем или иным образом, не в последнюю очередь при формировании собственной гражданской позиции. Однако для выполнения этой роли новости, которые мы получаем из СМИ, должны быть соответствовать ряду критериев. Теоретик медиа Штефан Румоль (Stefan Ruß-Mohl) выстроил эти критерии в так называемый «магический многоугольник» («magisches Vieleck»), куда включил:

- Объективность (Objektivität);
- Актуальность (Aktualität);
- Сложность (Komplexität);
- Оригинальность (Originalität);
- Прозрачность (Transparenz)

[2, с. 96].

В немецкоговорящих странах остро стоит вопрос о соответствии материалов в средствах массовой информации критериям качественной журналистики. С одной стороны, наблюдается спрос на новости высокого качества, которые объективно и разносторонне освещают события; являются актуальными; сформулированы точно, в них нет недоговорённостей и намеков.

С другой стороны, новости из «желтой прессы» также пользуются большим спросом и положительно воспринимаются пользователями.

Чтобы решить данную проблему, необходимо, прежде всего, установить причину сложившейся ситуации, а затем выработать меры противодействия снижению каче-

ства информации в СМИ. И в роли основного инструмента по решению данной проблемы выступает медиакритика.

Немецкоязычные медийные критики обращают внимание, прежде всего, на новостные материалы в СМИ. И в сложившейся ситуации необходимо понять, что является для них приоритетным: намеренные фактические ошибки или небрежность в обращении с фактами со стороны журналистов? Преувеличены, искажены, написаны предвзято или фальсифицированы материалы, которые рассматривают медиакритики? Необходимо понимать, существуют ли значимые корреляции между способами критики и различными типами средств массовой информации.

Согласно утверждению профессора университета Зальцбурга, Ханса Хайнца Фабриса (Hans Heinz Fabris), дискуссия о качестве журналистики стара, как сама журналистика. Однако традиционно поводы для критики материалов в СМИ рождаются за пределами журналистики как таковой — в области экономики, политики, культуры [3, с. 363].

Иными словами, рассуждения о качестве журналистских материалов напрямую обусловлены условиями социума и зависят от системы средств массовой информации в целом, реципиентов, социальных институтов и, наконец, самих журналистов.

Размышляя об условиях создания и функционирования качественной журналистики, мы невольно входим в сферу медиакритики. По определению исследователя медиа Андреса Хуттера (Andres Hutter) «soll Medienkritik verstanden werden

als Kritik an Medien in Medien» (до-словно — под термином «медиакритика» мы будем понимать критику медиа посредством медиа) [4, с. 19].

По мнению немецкоязычных исследователей, в частности, профессора Университета Гамбурга, Джоан Кристин Бляйхер (Joan Kristin Bleicher), изначально медийная критика выросла из критики литературной, которая, в свою очередь, направлена, как на производителя материала, то есть автора, так и на реципиента, то есть читателя [5, с. 77].

Российские теоретики медиакритики, в частности, А. П. Короченский, говорят о трех видах медийной критики: академической, профессиональной и массовой [6, с. 211].

В немецкоязычной теории исследователи медиакритики, в частности, профессор Horst Niesyto, выделяют следующие виды:

— профессиональная медиакритика (Publizistisch-professionelle Medienkritik), которая посвящена защите качественной журналистики и обращена и к производителю контента, и к его получателю. В данном случае медийные критики говорят, как об отдельных журналистских материалах, так и об общих тенденциях развития СМИ и их социальной роли;

— Контролирующая (Institutionelle, routinierte Medienkritik bzw. Medienkontrolle). Она направлена на защиту детей и молодежи от негативного влияния СМИ;

— Повседневная (Alltägliche Medienkritik), которая осуществляется реципиентами и распространена в Интернете.

— Обучающая (Pädagogische Medienkritik), которая направлена на развитие личности [7, с. 77].

И в рамках этих видов медийной критики профессор Ханс Йозеф Бухер определяет ее следующие функции:

— Информационная (Servicefunktion), в рамках которой медиакритика информирует пользователей медиа о ситуации внутри системы средств массовой информации;

— Ориентирующая (Orientierungsfunktion), когда медиакритика помогает реципиенту разобраться в потоке информации, идущей из СМИ;

— Оценочная (Bewertungsfunktion) [8, с. 3].

Оценочная функция, в свою очередь, подразделяется на:

— Ausdruckorientierte Bewertung (речь идет об оценке внешней формы, стиля текстов: лексики, структуры предложения или правописания, критикуются соотношения между формой и содержанием).

— Inhaltliche Bewertung (оценивается содержание медиапродуктов: выбор тем, методы получения и проверки информации, исследования, связь с другими средствами массовой информации).

— Ideologiekritische Bewertung (СМИ рассматриваются как инструмент политики и влияния на общественное сознание).

Профессиональную медиакритику в современных условиях распространения информации можно прочитать не только на страницах печатных изданий. В данной статье мы будем говорить о той части профессиональной медиакритики, которая осуществляется в интернете при помощи блогов, где в полной мере реализуются все вышеназванные функции.

Новые медиа, о которых активно говорится в последнее десятилетие, являются сегодня не только площадкой для современной журналистики, но и трибуной для медиакритиков. Сетевая критика, как в России, так и в немецкоговорящих странах, находится сегодня на пике своего развития, но становится все популярнее. Блоги, посвященные медиакритике, немецкоязычные исследователи называют «watchblogs», англоязычным термином, не имеющим пока русского аналога, точной русскоязычной дефиниции. Назовем их условно «блогами наблюдения». Тематика подобных блогов связана не только с журналистикой и медиакритикой, но и с политикой, экономикой, социальной сферой. Однако в фокусе нашего внимания будут watchblogs, посвященные медиакритике.

По мнению профессора Института Дортмунда Сюзанны Фенглер (Susanne Fengler), в немецкоязычном пространстве — в отличие от США — блоги наблюдения, посвященные процессам, происходящим в современных медиа, играли незначительную роль. Если в 2008 году в США активно функционировали топ 250 блогов, то в немецкоязычной блогосфере самым популярным являлся <http://www.bildblog.de>. [9, с. 157].

Однако сегодня, спустя 8 лет, ситуация изменилась. Это обусловлено несколькими факторами: усилением роли новых медиа в системе СМИ и изменением самого информационного поля журналистики.

В современных реалиях мы все больше говорим о новых медиа как об одном из основных каналов получения и распространения информации. Ни одна другая среда не

является настолько пластичной и многовариантной для этих целей. В связи с этим возможность публичной критики средств массовой информации наиболее эффективна сегодня именно в пространстве интернета.

Авторы профессиональных блогов, посвященных медиакритике, поставили себе задачей фиксировать и разбирать журналистские материалы недоброкачественного и этически сомнительного содержания. В частности, этому посвящены популярные сегодня в Германии, Австрии и Швейцарии немецкоязычные ресурсы <http://www.bildblog.de>, <https://www.kobuk.at>, <http://spiegelkritik.de>, <http://www.onlinejournalismus.de>, <http://medienkritik-schweiz.ch>, а также блог известного медиакритика и журналиста Stefan Niggemeier <http://www.stefan-niggemeier.de>.

Как считает профессор Кристоф Нойбергер (Christoph Neuberger), watchblogs, будучи частью журналистского процесса, наблюдают как за независимой системой самих СМИ, так и за способом подачи в них материала и предоставляют эти наблюдения своим читателям [10, с. 19].

Блог наблюдения — площадка для дискуссии о влиянии средств массовой информации на общество и их роли в нем. Основная его цель — способствовать повышению качества журналистики в целом. Данная цель осуществляется через призму обсуждения недостатков или достоинств конкретных журналистских материалов или определенных СМИ.

Если говорить непосредственно о немецкоязычных блогах, посвященных медиакритике, то они подразделяются на две категории с

точки зрения рассматриваемого материала:

- те, в которых критикуется недостаточное изучение журналистом информационного контекста, бэкграунда материалов, опубликованных им в тех или иных СМИ;

- те, в которых журналистам приписываются изначально предосудительные намерения при написании материала. Подобные намерения повышают интерес к новостям и обеспечивают повышенное внимание читателей.

Как правило, вторая категория блогов встречается чаще. Журналистов или средство массовой информации критикуют за некорректное поведение: недобросовестно полученную информацию, нарушение конфиденциальности, подделку фотографий, скрытую рекламу и пр. Зачастую критика обращена и к формальным признакам текста: орфографии, пунктуации.

По мнению исследователя медиа Марии Камерландер (Verena Maria Kammerlander) посты в блогах немецкоязычных медийных критиков подразделяются на четыре группы:

- Критика намеренной подтасовки фактов;

- Критика явного нарушения журналистской этики;

- Критика незаконных действий при поиске информации;

- Критическая оценка непреднамеренной оплошности журналиста или СМИ [11, с. 75].

Предмет критики в блогах наблюдения напрямую зависит от типа издания. Если, например, «желтую прессу», или таблоиды критикуют за вводящие в заблуждение заголовки, фальсификацию фотографий, то качественные печатные СМИ — за

намеренную подтасовку фактов, их вольную интерпретацию, интернет-издания — за непроверенную информацию, фактические ошибки и опечатки, что обусловлено ограничением времени подготовки публикации. Недостаточный бэкграунд — повод для критики материалов информагентств.

Швейцарская журналистка Катя Шонхер (Katja Schönherr) считает, что блоги берут под сомнение монополию широко известных, признанных СМИ. [12, с. 116]. Будучи открытой площадкой для свободного обсуждения, они дают возможность всем, кому интересна судьба сегодняшних немецкоязычных СМИ, открыто вступать в дискуссии о ее современном состоянии. Таким образом, диалогичность блогов делает их привлекательными как для пользователей, так и для самих авторов. Второй фактор популярности блогов у их создателей — экономическая независимость.

По мнению исследователя медиа Стефани Линднер (Stefanie Lindner), блоги, будучи частью инфраструктуры СМИ, в ряде случаев способствуют повышению качества журналистского продукта, поскольку используют те возможности и ресурсы, которые сложно реализовать в традиционных СМИ ввиду их экономической ангажированности [13, с. 52].

И, наконец, одна из основных особенностей постов в блогах состоит в том, в том, что их легко распространить через социальные медиа при помощи цитирований, перепостов, перепубликаций. И это дает возможность авторам повысить читаемость их блогов, что крайне важно как для них самих, так и для сетевой медиакритики в целом, по-

скольку расширяется ареал ее распространения среди реципиентов.

Необходимо отметить, что блоги всегда борются за читательскую аудиторию, создают себе имидж. Это касается и профессиональных блогов медийных критиков. Характер самой критики в различных блогах, безусловно, похож. Это напрямую связано с медийным критическим дискурсом, в поле которого находятся все медиакритики.

Таким образом, сегодня перед немецкой журналистикой стоит ряд проблем: растущая сложность смыслового разнообразия ее дискурса, бедность редакционных ресурсов, утрата независимости, как политической, так и экономической, высокая конкуренция внутри самих СМИ. В связи с этим падает качество журналистских материалов. Но главной задачей журналистики остается обеспечение реципиента независимой, объективной, точно, полной и прозрачной информацией, в соответствии с которой он может сформировать объективное мнение об окружающей действительности.

Качество содержания материалов рассматривается как основополагающий фактор развития и успешного функционирования инфраструктуры СМИ. Вопрос качества медиапродукции связан, в том числе, и с компетенциями журналиста. Поэтому значимую роль приобретает медиакритика — *medienkritik*.

Каналы распространения немецкоязычной медиакритики не отличаются от российских: печатные СМИ, телевидение, новые медиа.

Сегодня можно говорить о том, что интернет изменил не только саму систему СМИ, но и критику этих СМИ и ее приемы. Он позволил самим журналистам моментально и свободно реагировать на критику. Она стала открыта для обсуждения благодаря социальным медиа. И блоги в этом случае становятся наиболее удобной площадкой, давая возможность открытым, непредвзятым высказываниям своей позиции, основанной на конкретных примерах.

Для блогов медийных критиков основной целью является повышение качества современной журналистики, вопрос о котором сегодня стоит очень остро.

Безусловно, характер информации, как и характер критики этой информации, зависит от типа СМИ.

Если таблоидам критики ставят в вину фальсификацию фактов, клевету, то качественную прессу упрекают в недостаточном изучении информации, невнимательности, случайных ошибках.

По мнению медиакритиков, материалы интернет-СМИ зачастую не проверяются авторами и, к тому же, изобилуют пунктуационными и орфографическими ошибками, что связано с ограниченным временем подготовки публикации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Luchman Niklas. Die Realität der Massenmedien / Niklas Luchman. — Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften : Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2010. — 151 s.
2. Ruß-Mohl Stephan. Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus — Modell für Europa? / Stephan Ruß-Mohl. — Zürich : Edition Interfrom, 1994. — 374 s.
3. Fabris Hans Heinz. Vielfältige Qualität. Theoretische Ansätze und Perspektiven der Diskussion um Qualität im Journalismus / Hans Heinz Fabris // Theorien des Journalismus.

Ein diskursives Handbuch / Martin Löffelholz (Hrsg.). — Wiesbaden : Westdeutscher Verlag, 2000. — S. 363–374.

4. Hutter Andres. Verbesserte Medienkritik oder Pseudo-Journalismus? Eine inhaltsanalytische Studie journalistischer Qualität in medienkritischen Weblogs : Lizentiatsarbeit Universität Zürich / Hutter Andres. — Zürich, 2007. — 152 s.

5. Bleicher Joan Kristin. Medien kritisieren Medien. Formen und Inhalte intermedialer und medieninterner Medienkritik / Joan Kristin Bleicher // Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60 Geburtstag / Hartmut Weßler et. al. (Hrsg.). — Opladen : Westdeutscher Verlag, 1997. — S. 77–88.

6. Короченский А. П. Регулятивная роль медиакритики / А. П. Короченский // Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. — 3-е изд., стереотип. — М. : Галерея, 2004. — 211 с.

7. Schitfner-Rohs M. Kritische Informations- und Medienkompetenz. Theoretisch-konzeptionelle Herleitung und empirische Betrachtungen am Beispiel der Lehrerbildung / M. Schitfner-Rohs. — Waxmann Verlag GmbH, Münster 2012. — 344 s.

8. Bucher Hans-Jürgen. Pressekritik und Informationspolitik. Zur Theorie und Praxis einer linguistischen Medienkritik / Hans-Jürgen Bucher // Mediensprache, Medienkommunikation, Medienkritik / Hans-Jürgen Bucher; Erich Straßner (Hrsg.). — Tübingen, 1991. — S. 3–109.

9. Fengler Susanne. Media WWWatchdogs? Die Rolle von Blogs für die Medienkritik in den USA / Susanne Fengler // Journalismus online. Partizipation oder Profession? / Thorsten Quandt, Wolfgang Schweiger (Hrsg.). — Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. — S. 157–171.

10. Neuberger Christoph. Internet und Journalismusforschung. Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda / Christoph Neuberger // Journalismus online — Partizipation oder Profession / Thorsten Quandt, Wolfgang Schweiger (Hrsg.). — Wiesbaden : VS Verlag, 2008. — S. 17–42.

11. Kammerlander Verena Maria. Medienkritik im Web 2.0 / Verena Maria Kammerlander. — Wien, 2013. — 150 s.

12. Schönherr Katja. Medienwatchblogs als Form journalistischer Qualitätskontrolle / Katja Schönherr // Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web / Ansgar Zerfass, Martin Welker, Jan Schmidt (Hrsg.). — Köln : Herbert von Halem Verlag (o.S.), 2008. — Bd. 2. — S. 116–134.

13. Lindner Stefanie. Die Beobachtung der Beobachter: monothematische Medienkritik an Leitmedien via Watchblogs — ein Vergleich typischer Fallbeispiele / Stefanie Lindner. — Academic Transfer, 2009. — 150 s.

REFERENCES

1. Luchman Niklas. *Die Realität der Massenmedien*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2010. 151 s.

2. Ruß-Mohl Stephan. *Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus — Modell für Europa?* Zürich, Edition Interfrom, 1994. 374 s.

3. Fabris Hans Heinz. Vielfältige Qualität. Theoretische Ansätze und Perspektiven der Diskussion um Qualität im Journalismus. In Löffelholz Martin (Hrsg.). *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 2000, ss. 363–374. (In German).

4. Hutter Andres. *Verbesserte Medienkritik oder Pseudo-Journalismus? Eine inhaltsanalytische Studie journalistischer Qualität in medienkritischen Weblogs*. Lizentiatsarbeit Universität Zürich, 2007. 152 s.

5. Bleicher Joan Kristin. Medien kritisieren Medien. Formen und Inhalte intermedialer und medieninterner Medienkritik. In Weßler Hartmut et. al. (Hrsg.). *Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60 Geburtstag*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 1997, ss. 77–88. (In German).

6. Korochenskii A. P. Regulatory Role of Media Criticism *Samoregulirovanie zhurnalist-skogo soobshchestva. Opyt. Problemy. Perspektivy stanovleniya v Rossii* [Self-Regulation of the Journalistic Community: Experience. Problems. Prospects for Development in Russia]. 3rd ed. Moscow, Galeriya Publ., 2004. 211 p.

7. Schiftner-Rohs M. *Kritische Informations- und Medienkompetenz. Theoretisch-konzeptionelle Herleitung und empirische Betrachtungen am Beispiel der Lehrerausbildung*. Waxmann Verlag GmbH, Münster 2012. 344 s.

8. Bucher Hans-Jürgen. Pressekritik und Informationspolitik. Zur Theorie und Praxis einer linguistischen Medienkritik. In: *Mediensprache, Medienkommunikation, Medienkritik* / Hans-Jürgen Bucher, Erich Straßner (Hrsg.). Tübingen, 1991, ss. 3–109. (In German).

9. Fengler Susanne. Media WWWatchdogs? Die Rolle von Blogs für die Medienkritik in den USA. In: Quandt Thorsten, Schweiger Wolfgang (Hrsg.). *Journalismus online. Partizipation oder Profession?* Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, ss. 157–171. (In German).

10. Neuberger Christoph. Internet und Journalismusforschung. Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda. In Quandt Thorsten, Schweiger, Wolfgang (Hrsg.) *Journalismus online — Partizipation oder Profession*. Wiesbaden, VS Verlag, 2008, ss. 17–42. (In German).

11. Kammerlander Verena Maria. *Medienkritik im Web 2.0*. Wien, 2013. 150 s.

12. Schönherr Katja. Medienwatchblogs als Form journalistischer Qualitätskontrolle. In Zerfass Ansgar, Welker Martin, Schmidt Jan (Hrsg.). *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web*. Köln, Herbert von Halem Verlag (o.S.), 2008, bd. 2, ss. 116–134. (In German).

13. Lindner Stefanie. *Die Beobachtung der Beobachter: monothematische Medienkritik an Leitmedien via Watchblogs — ein Vergleich typischer Fallbeispiele*. Academic Transfer, 2009. 150 s.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Игнатова И. Б. Немецкоязычные блоги как новая форма медиакритики / И. Б. Игнатова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2017. — Т. 6, № 3. — С. 379–387. — DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(3).379-387

REFERENCE TO ARTICLE

Ignatova I. B. German-Language Blogs as a New Form of Media Criticism. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2017, vol. 6, no. 3, pp. 379–387. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(3).379-387. (In Russian).