

Селиверстова Л.Н., Левицкая А.А. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов Германии // Дистанционное и виртуальное обучение. 2015. № 3. С.57-69.

Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов Германии *

Л.Н. Селиверстова, А.А. Левицкая,
Таганрогский институт управления и экономики

** 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.*

Аннотация. В статье осуществляется анализ опыта синтеза медиакритики и медиаобразования в Германии. Важнейшей целью медиаобразования сегодня является формирование компетенций для самостоятельных действий в медиaprостранстве, в котором медиа представляют собой одновременно и предмет, и средство обучения. Медиакритика как составляющая медиакомпетентности с каждым днем приобретает все большую актуальность в процессе обучения школьников и студентов в Федеративной Республике Германии. Медиакритика интегрирована в большинство учебных дисциплин. Работа с произведениями медиакритики отнюдь не сводится к “сухому” анализу языка текстов, а включает практику оценивания медиатекстов с точки зрения этики и создания собственных медиапродуктов (печатные, аудио, видео и пр.) Таким образом, обучение критическому анализу и оценке медиапродукции, равно как и пользованию медиа, является важной сферой деятельности медиапедагогов.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакритика, медиакомпетентность, медиатекст, синтез, учащиеся, Германия.

Abstract. The article analyzes implementation of the synthesis of media criticism and media education in Germany. The most important aim of modern media education is developing competences for independent actions in media space, where media are the subject and the means of education. Media criticism as a constituent part of media education is gaining more and more significance in the process of secondary and higher education in Germany. Media criticism is integrated in many subjects. Moreover, types of activities with media critics' text not only include "dry" analysis, but also evaluation of ethics and creation of own media products (print, audio or video). Thus, teaching critical analysis and evaluation of media texts as well as using the media, is an imperative sphere of media educators' work.

Key words: media education, media criticism, media competence, media text, synthesis, students, Germany.

Ко всему новому человек относится, как правило, настороженно. Встреча с печатью, кино, радио и телевидением, Интернетом, т.е. с каждым новым для своего времени средством массовой информации и коммуникации, не была исключением. В качестве ответной реакции обществом предпринимались попытки “защиты” населения от “пагубного” влияния СМИ. Но вместе с осознанием неизбежности такового возникла мысль о возможности

использования этого влияния в благих целях, например, образовательных. Появилось новое направление в образовании - медиаобразование. Единству медиакритики и медиаобразования в Германии и посвящена данная статья.

Прежде чем говорить о реалиях сегодняшнего дня в данной сфере, вернемся к началу прошлого столетия. В начале XX в. В Германии развернулась широкая кампания по борьбе с негативным влиянием кино и литературы на массовую аудиторию, в первую очередь на детей и молодежь. Педагоги инициировали движение реформирования кино, нацеленное не только на борьбу с “вредной” кинопродукцией, но и на использование этой формы медиа в образовательных и воспитательных целях. Наиболее активными членами движения были Герман Лемке, Карл Бруннер, Эрнст Шульце, журналист Герман Хефкер и др. [16, с. 23-25;15, с. 116-127]. Эта реформа способствовала тому, что за столом переговоров впервые оказались педагоги и кинематографисты. Был сделан первый шаг к тому, чтобы кино как обучающий элемент вошло в систему школьного образования [14, с. 29]. Так, в 1923г. был разработан первый в истории закон о защите детей и молодежи в сфере СМИ [9, с. 303].

Значительной вехой развития медиакритики в Германии XX в. можно считать выступление Бертольда Брехта в 1932 г. о функциях радиовещания, в котором речь шла о необходимости пересмотра деятельности радио как аппарата передачи информации и становления его как аппарата коммуникации. Немецкий просветитель говорил о том, что радио должно не только привлекать людей слушать, но провоцировать их говорить об услышанном. Согласно теории Брехта, радио призвано наладить обратную связь со слушателем, который должен сменить роль пассивного получателя информации на роль активного ее отправителя посредством участия в дискуссиях и дебатах. Он также подчеркнул обучающую функцию радио, задачей которого является привлечение в первую очередь молодежной аудитории за счет обеспечения интересной формы подачи обучающей информации [13, с. 127-134]. К сожалению, теория Б. Брехта в то время не нашла практического применения, не повлияла на организацию германского государственного радиовещания, поскольку годом позже в 1933 г. к власти пришли национал-социалисты, которые отвели радио, как и всем прочим СМИ, роль важнейшего средства суггестивной массовой пропаганды, но и только.

После Второй Мировой войны все вернулось на круги своя и немецкие педагоги вновь обратились к теме негативного влияния кино на молодежь. Вследствие чего со стороны государства при поддержке киноиндустрии был принят ряд мер, в том числе законодательных, направленных на защиту детей и молодежи от негативного воздействия СМИ¹.

¹ Закон о защите детей и юношества в общественных местах (Gesetz zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit (JÖSchG) 1951 г. спустя пол века неоднократно дополнялся и редактировался: в 2002 г. в него были добавлены ограничения в распространении “вредных” для детей и молодежи носителей информации (печатной продукции, видео, CD, DVD и пр.). Одновременно с новой редакцией этого закона был разработан и

Далее, в 60-70-е годы педагоги вместо вопроса “Что медиа делают с получателем информации?” задалась вопросом “Что может получатель делать с медиа?”. Вследствие чего массмедиа стали очень активно использоваться во всех образовательных учреждениях на всех ступенях обучения, но исключительно как технические средства, что в итоге привело к строгому управлению и стандартизации учебного процесса, в котором едва ли есть место для самостоятельного осознанного обучения [15, с. 116-127].

Во второй половине 70-х годов медиапедагоги вернулись к идеям Б.Брехта о смене роли получателя информации в качестве объекта информирования на роль субъекта, который может участвовать в мироустройстве с помощью медиа. Дитер Бааке одним из первых стал рассматривать пользователя СМИ как целенаправленно-действующего субъекта в процессе медиакommunikation [Вааске, 1973 цит. по:15, с. 116-127]. Таким образом сложился основной принцип актуального и сегодня деятельностно-ориентированного подхода в медиаобразовании Германии (*handlungsorientierte Medienpädagogik*), согласно которому всем участникам образовательного процесса следует активно использовать положительные аспекты медиа для выражения собственных ощущений, создавая самостоятельные медиатексты с помощью различных аудио- и видеосредств [9, с. 305].

Фундаментальной задачей современного медиаобразования, по мнению немецких специалистов, является формирование компетенций, выходящих далеко за рамки умений пользоваться медиа как техническими средствами. На смену знаниям о применении медиасредств должны прийти знания о том, как ориентироваться в медиaprостранстве, а это предполагает наличие умений анализировать проблемы, возникающие вследствие использования мультимедийных технологий. Наряду с базовыми знаниями возникает необходимость формирования умений критического восприятия, анализа и оценки медиа [15, с. 127].

Другими словами, усилия медиапедагогов сегодня, как отечественных, так и зарубежных, направлены на формирование медиакомпетентности населения – знаний, умений, способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов, анализу процессов функционирования медиа в социуме [6, с. 24]. Зарубежные специалисты [10] тоже выделяют в качестве составляющих медиакомпетентности медиапользование, медиаанализ, медиапроизводство и медиакритику, которая “является областью 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 корректив в деятельность печатной и электронной прессы” [1, с. 8]. Среди всех вышеперечисленных составляющих медиакомпетентности, как результата процесса медиаобразования, ведущий российский специалист в этой области А.В. Федоров отвел особую роль медиакритике, обращенной не только к медиапрофессионалам, но и к широкой аудитории. Ученый утверждает, что именно медиакритика “может осуществить так называемое “пожизненное” медиаобразование самых широких слоев общества” [5, с. 3], поэтому взаимодействие медиапедагогов и медиакритиков сегодня столь актуально.

В Германии сложились давние традиции медиакритической информационно-аналитической деятельности. С 1956 г. в стране существует Германский Совет прессы (Der Deutsche Presserat) – добровольный союз журналистов и издателей, деятельность которого направлена на обеспечение качественной, “чистой” журналистики. Любой человек может обратиться в Совет прессы с жалобой на публикацию в газете или журнале. Члены Совета решают, насколько это жалоба обоснована, руководствуясь профессионально-этическим кодексом – нормативной базой, определяющей меру дозволенного в СМИ. Этот свод правил регулярно пересматривается, дополняется в соответствии с требованиями времени. Так, с 2009 г. он действует и в отношении онлайн-медиа. В 2013 г. 60% жалоб касались именно публикаций в интернете [11]. Деятельность Совета прессы распространяется только на печатные СМИ и их интернет-версии, но не касается телевидения и радио. Совет Прессы критикуют как не соответствующий основному принципу “быть путеводителем в профессиональной этике”, поскольку в его составе нет представителей общественности, только профессионалы (издатели и журналисты), называют “беззубым тигром”, так как его решения лишены строго обязывающей силы [18, 147-148]. Совет может лишь вынести общественное порицание газете или журналу. Но несмотря на критику деятельность Совета прессы и сегодня востребована со стороны читателей – согласно данным журнала “Свобода прессы в Германии” (Magazin Pressefreiheit in Deutschland) в 2013 г. читатели подали 1347 жалоб. А значит, как заметила спикер Совета Урсула Эрнст на ежегодной конференции 19 февраля 2014 г., Совет Прессы является гарантом качества журналистики и своими решениями способствует критической самооценке в сфере СМИ [цит. по:11]. Следует отметить, что это не единственный орган самоконтроля. Во всех сферах журналистской публицистики есть такие органы, включая кино, видео, радио и телемедиа.

В зависимости от состава критиков, аудитории, которой предназначены критические сообщения, и особенностей их содержания медиакритику принято разделять на массовую, профессиональную (“внутрицеховую”, корпоративную) и академическую (научно-экспертную) [1, с. 16]. Все три вида медиакритики тесно взаимосвязаны и образуют в совокупности сложное системное единство.

Произведения медиакритики не всегда относятся к какому-то определенному виду в его “чистом виде”, могут одновременно адресоваться и массовому получателю для принятия к сведению, и коллегам-практикам для взятия на вооружение, и теоретикам в сфере массовых коммуникаций для дальнейшего анализа.

Массовая медиакритика призвана способствовать просвещению широкой публики в вопросах, связанных с социальным функционированием прессы, с вопросами медийной собственности, инициировать общественные дебаты о наиболее спорных процессах и тенденциях развития СМИ. Выполняя свою основную просветительскую функцию, массовая медиакритика формирует у читателей, телезрителей и радиослушателей определенную культуру восприятия медийной информации, не только содержания текстов, но и деятельности СМИ в целом.

С развитием интернета все чаще говорят о кризисе печатных СМИ, а с ними и медиакритики. В первую очередь это касается массовой медиакритики в ежедневных газетах, которые в условиях кризиса вынуждены экономить: сокращать или распускать медиаотделы, уменьшать их бюджет или вовсе закрывать медиастраницы в газетах. Если в конце 90-х годов прошлого столетия практически во всех качественных газетах были рубрики или полосы “Медиа”, а медиакритика переживала настоящий расцвет [3, с. 105], то просмотрев сегодня онлайн-версии ежедневных немецких газет, имеющих тираж более 100 тыс. экземпляров, мы обнаружили, что из 50 газет только 11 имеют эту рубрику. Причем в “Зюддойче Цайтунг” (“Süddeutsche Zeitung”), “Кельнер Штадт-Анцайгер” (“Kölner Stadt-Anzeiger”) и “Тагессpiegel” (“Tagesspiegel”) раздел “Медиа” является одним из основных; в “Ди Вельт” (“Die Welt”), “Франкфуртер Альгемайне” (“Frankfurter Allgemeine”), “Берлинер Цайтунг” (“Berliner Zeitung”), “Франкфуртер Рундшау” (“Frankfurter Rundschau”) и “Норд-Вест-Цайтунг” (“Nord-West-Zeitung”) это подраздел в рубрике “Культура”; в “Ганноверше Альгемайне” (“Hannoversche Allgemeine”) и “Миттельдойче Цайтунг” (“Mitteldeutsche Zeitung”) в рубрике “Новости” а в “Штутгартен Цайтунг” (“Stuttgarter Zeitung”) эта подрубрика ограничивается лишь кинокритикой. Подобная картина складывается и в отношении еженедельников: из четырех крупнейших изданий “Шпигель” (“Spiegel”), “Штерн” (“Stern”), “Цайт” (“Zeit”) и “Фокус” (“Focus”) лишь в последнем в разделе “Культура” мы обнаружили подраздел “Медиа”.

Отсутствие раздела медиакритики в большинстве массовых печатных изданий и их онлайн-версиях безусловно огорчает, однако радует инициатива газеты “Берлинер Моргенпост” (“Berliner Morgenpost”). В ней представлена рубрика “Школьники делают медиа” (“Schüler machen Medien”). На протяжении последних 14 лет берлинские школьники вместе с учителями и журналистами открывают для себя мир новостей: узнают как работают журналисты, как делается газета, как нужно “читать” газетную статью. Школьники сами пишут статьи на интересующие их темы, лучшие из которых регулярно публикуются в “Берлинер пост” в соответствующей рубрике. Не только газеты, но и радио

выступают в роли площадки, на которой школьники совместными усилиями медиапедагогов и медиажурналистов повышают уровень своей медиаграмотности. Например “Радио Зет” (“Radio Z”) при поддержке Баварского фонда медиапедагогике с апреля по июль 2013 г. предоставило возможность 40 школьникам участвовать в рабочей группе по производству радиопередач. Тематами радиодискуссий были закон о СМИ, медиакритика, использование интернета и др.

В городе Майнц с 1968 г. по инициативе Второго канала немецкого телевидения (ZDF) ежегодно проводились дни медиакритики. В этом общественном форуме медиакритики, изначально телекритики, принимали участие журналисты, специалисты в области массовых коммуникаций, представители кино и искусства, другими словами все, кто связан с индустрией кино и телевидения. Однако дебаты 2011 г. были последними, поскольку по мнению организаторов, формат мероприятия устарел. Но этот форум далеко не единственный. Помимо Майнца другой немецкий город имеет давнюю традицию медиакритической деятельности – это расположенный в Федеральной земле Северный Рейн Вестфалия город Марл, в котором в 1973 г. был основан Институт им. Адольфа Гримме (Grimme-Institut). Институт осуществляет образовательную деятельность в сфере теории и практики медиа, занимается наблюдением, анализом и оценкой всех видов медиа – от телевидения и радио до мультимедиа. После объединения в 2010 г. с Европейским центром медиакомпетенции (ecmc) он значительно расширил сферу своей деятельности. Помимо Дней медиакультуры в Марле этот образовательный центр распределяет престижные премии: премию Адольфа Гримме за достижения в кинематографе (Grimme-Preis) и премию за высококачественные онлайн-проекты (Grimme Online Award).

Существует мнение о том, что времена медиакритики прошли, она – мертвый жанр (цит. по: 4, 189-190). Однако, на наш взгляд, медиакритика не умерла, она лишь меняет форму существования, приспособившись к реалиям нынешнего времени, для которого характерны всеобщая дигитализация и конвергенция СМИ. Дигитализация обусловила стирание границ между разными типами медиа. Все медиаформы (аудио-, видео- текстовая информация) переводятся в цифровой формат, понятный современным компьютерам. Печатные СМИ и телевизионные объединяются на базе интернет-порталов. Таким образом происходит конвергенция СМИ – “слияние технологий, ... различных СМИ, функционирующих на принципах координации и взаимодействия” [7, с. 12]. При этом одноформатные мероприятия утрачивают свою актуальность и, как следствие, перестают быть востребованными.

Медиакритика в Федеративной Республике не только не прекращает свое существование, но активно развивается, приобретая все большую общественную и творческую значимость. Подтверждением тому может служить тот факт, что с 2012 г. в рамках Альтернативной премии за достижения в области медиа выдающимся журналистам общественных некоммерческих

СМИ вручается специальный приз за медиакритику (“Besonderer Medienpreis”). Учредителями премии являются альтернативное радио Нюрнберга “Радо Зет” (Radio Z) и Нюрнбергская Медиаакадемия. Первой премию получила Сугарка Зилаф за семиминутный репортаж для медиажурнала “Цапп” (“Zapp”) о стереотипах в отношении темнокожих актеров немецкого кино, которым в немецких игровых фильмах и сериалах неоправданно часто достается ампула глупых, беспомощных, ориентированных на криминал героев. Тем самым автор репортажа подводит аудиторию к размышлению на тему толерантности и стереотипного мышления. В 2013 г. премии за медиакритику был удостоен тридцатилетний немецкий радиокритик Эккерхард Керн, создавший свой блог² обозревателя (www.radiowacher.de). В своем блоге журналист отслеживает, протоколирует и анализирует радиопередачи частных и общественных радиостанций. Пользователи сайта могут отследить, что происходило в определенное время в той или иной радиопередаче, проанализировать и оценить полученную информацию. Таким образом Э. Керн решает проблему сиюминутности радиийной информации и обеспечивает критическое взаимодействие радиослушателей с медиа. В нынешнем году призером в номинации “медиакритика” стал Марвин Оппонг, внесший заметный вклад в защиту свободы прессы в Германии, выиграв судебный процесс против Западно-германского радио (WDR). Все перипетии процесса, длившегося семь лет, журналист освещал в своем блоге.

Если массовая медиакритика обращена к широкой медийной аудитории, то профессиональная адресована медиасообществу (журналистам, профессионалам в сфере СМИ). Они же выступают и в роли критиков. Профессиональная медиакритика выполняет коррекционную и регулятивную функции. Коррекционную, поскольку способствует “развитию внутрикорпоративной самокритики, совершенствованию мастерства творческих работников СМИ и постоянному пересмотру и развитию критериев и норм их профессиональной деятельности в соответствии с развивающимися общественными потребностями” [2, с. 16]. Регулятивную, поскольку контролирует деятельность журналистов. В условиях демократии государственное регулирование СМИ невозможно. Это противоречило бы закрепленному в Конституции закону о свободе печати. Тем не менее, гражданский мониторинг медиапространства необходим. К сожалению, не все журналисты корректны и честны в подаче информации, нередки случаи нарушения элементарной этики. Медиакритики, делая эти случаи достоянием общественности, осуществляют своего рода контроль качества журналистской деятельности, ведь самая болезненная критика – это критика со стороны коллег по цеху.

² Веблог – своего рода дневник или журнал, который ведет некий человек (блоггер) и в нем делится событиями, фактами, своими мыслями. Информация часто подается от первого лица. Немецкая Национальная библиотека рассматривает блоги в качестве интернет-публикаций и с 2013 г. присваивает им ISSN (международный стандартный серийный номер).

Произведения корпоративной критики публикуются в специальных журналах – печатных и интернет-версиях, выпускаемых профессиональными объединениями, ассоциациями журналистов, размещаются в профессиональных интернет-порталах и журналистских вебблотах (как персональных, так и общественных). Например, журнал “Журналист” (“Journalist”), являясь печатным органом Германской Ассоциации Журналистов, наряду с деятельностью ассоциации освещает все актуальные в медиасообществе вопросы, публикует интервью и комментарии относительно медиапроектов, новости и критику по актуальным темам медиа, представляет обзор новинок научной литературы и пр.

В профессиональном сообществе популярен интернет-портал www.medienjournalismus.de (около миллиона обращений в месяц). В нем журналист Петер Дислер с 1997 г. представляет для своих коллег критический обзор публикаций в массовой печати и специальных журналах, передач, сайтов, блогов и пр. Другой журналист Дирк фон Гелен в своем персональном блоге “Виртуальные записки” (“Digitale Notizen”) на протяжении последних семи лет описывает странности мира СМИ. Около 40 тыс. посетителей регистрирует ежедневно BILDblog., независимый журналистский проект, авторами которого являются медиажурналисты Штефан Ниггемейер и Кристоф Шультейс. В этом блоге с 2004 г. публикуются произведения журналистской критики. Сначала критическому анализу подвергались только газеты “Бильд” («Bild»), “Бильд ам Зоннтаг” (“Bild am Sonntag”) и электронная версия Bild.de, а с 2009 г. и другие медиа.

В качестве своеобразного связующего звена между текущей медийной практикой и теорией журналистики выступает академическая медиакритика, представляющая собой наиболее развитый вид медиакритики в ФРГ. Академическая медиакритика выявляет и выдвигает на публичное обсуждение еще не изученные наукой проблемы, порожденные практикой. Произведения академической медиакритики публикуются обычно в научных журналах и адресованы научным кругам и профессионалам масс-медиа.

Так, например, в журнале “Публицистика” (“Publizistik”) освещаются результаты важнейших научных изысканий в сфере массовых коммуникаций (www.publizistik-digital.de). Журнал “Аугенблик” (“Augenblick”) издается институтом медиа Марбургского университета (<http://www.augenblick.name>). В основном публикации касаются вопросов воздействия телевидения, кино и других медиа на общество. Специализированный журнал “Медиа & Теория коммуникаций” (“Medien & Kommunikationswissenschaft” (M&K), <http://www.mund-k.nomos.de>), издаваемый Институтом исследований общественного мнения им. Ганса Бредова Гамбургского университета (Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg), адресован не только теоретикам и практикам СМИ, но и педагогам. На его страницах разворачивается оживленная общественная дискуссия о медиа и их роли в обществе, тенденциях научных исследований и развития медиа с разных позиций. Раз в два месяца выходит в свет и специальный правовой журнал AfP (www.afp-medienrecht.de),

на страницах которого освещаются актуальные правовые вопросы в сфере радио, телевидения, печатной прессы, мультимедиа и пр. с точки зрения теории и практики.

Как отмечает профессор А.П. Короченский, “отношения между тремя видами медиакритики в идеале строятся по принципу сообщающихся сосудов: академическая обогащает профессиональную теоретическими знаниями и концептуальными подходами, новыми идеями и добытым исследовательским материалом; в свою очередь, оба эти вида критической деятельности подпитывают массовую медиакритику новыми знаниями и опытом, подталкивают ее к постановке и общественному рассмотрению проблем, выявленных наукой и профессиональной практикой” [1, с. 17].

В Германии четко прослеживается тенденция тесного сотрудничества академической медиакритики с профессиональной и массовой. О чем свидетельствует деятельность различных объединений, в том числе и Объединения журналистской и медиакритики (Verein für Medien- und Journalismuskritik), которое образовалось в Берлине в 2009 г. Для улучшения качества медиакритической продукции оно способствует обмену знаниями между теоретиками медиа и практиками. Объединение обеспечивает работу независимого журналистского интернет-портала “Уокер” (VOKER), своеобразного форума медиакритики, в котором в роли критиков выступают именитые журналисты, ученые-исследователи медиа, политики, деятели культуры и искусства. В противовес кратким мимолетным сообщениям, характерным для журналистских будней, интернет-журнал “Уокер” целенаправленно поддерживает обстоятельную дискуссию в сети на злободневные для медиасообщества и общества в целом темы. Обеспечивая работу медиалаборатории, Объединение журналистской и медиакритики наглядно демонстрирует синтез последней с медиаобразованием. В рамках инновационной медиалаборатории молодые талантливые журналисты в течение полугода могут экспериментировать с новыми альтернативными формами медиа в глобальной сети под руководством опытных наставников и поддержке редакции “Уокера”.

Результатом плодотворного сотрудничества ученых, занимающихся вопросами массовых коммуникаций, и журналистов-практиков является также проект-инициатива “Разведка средствами связи” (Initiative Nachrichtenaufklärung (INA)). Этот проект, инициированный профессором массовых коммуникаций Петером Лудесом, реализуется с 1997 г. с целью привлечения внимания общественности к темам и новостям, которыми по мнению участников и авторов проекта, в немецких СМИ пренебрегают. Ежегодно компетентное жюри, состоящее из теоретиков и практиков, определяет десятку проигнорированных СМИ тем и публикует их на сайте www.derblindefleck.de.

Следует также отметить и деятельность общественного объединения “Второе просвещение” (“Die zweite Aufklärung”, www.zweite-aufklaerung.de). Это некоммерческий независимый проект, возглавляемый специалистом по

масс-медиа профессором Лутцем Фрюбротом и специалистом в области гуманитарных наук Аннетой Флорен. Цель проекта состоит в том, чтобы способствовать смене социальной парадигмы от легко поддающегося манипуляциям потребителя информации к сознательному гражданину с активной жизненной позицией, умеющему проанализировать и оценить медиапродукт. Одним из основных средств в достижении этой цели авторы проекта видят критику официальных СМИ. В рамках проекта обеспечивается работа интернет-портала и Берлинского салона, объединяющего людей, заинтересованных в ведении политических, философских и литературных дискуссий по образцу европейских интеллектуальных салонов 18 в. Руководство проекта входит также в состав жюри вышеупомянутой специальной премии за достижения в сфере медиакритики.

Медиакритика является важной составляющей как школьного, так и внешкольного образовательного процесса в Германии. Медиакритика интегрирована в большинство учебных дисциплин и в первую очередь дисциплину “немецкий язык”. Работа с произведениями медиакритики отнюдь не сводится к “сухому” анализу языка текстов, а включает также формирование и развитие навыков оценки медиа с точки зрения этики и создания собственных медиапродуктов, не только печатных, но и аудио-, видео- и пр. Таким образом, обучение критическому анализу и оценке медиапродукции равно как и пользованию медиа является важной сферой деятельности медиапедагогов.

В марте 2011 г. в Берлине 400 специалистов в области медиаобразования приняли участие в конгрессе “Без медиа нет образования” (Keine Bildung ohne Media). Предметом оживленной дискуссии были вопросы медиакомпетентности, информационной компетентности и медиаобразования. Широко обсуждались проблемы общего медиаобразования, интегрированного в процесс обучения на всех его этапах во всех возрастных группах на протяжении всей жизни. Как отметил спикер конгресса Хорст Низито, медиаобразование в эпоху непрерывного развития медиа не может окончиться в какой-то момент и подтвердиться наличием сертификата. Не только молодежи, но и взрослому населению необходимо помимо базового медиаобразования иметь возможность его постоянно повышать. Ведь только так можно оставаться активным субъектом современного общества и выполнять социальные функции, например, родителя или специалиста в различных жизненных ситуациях, связанных с медиа. В результате работы участники конгресса пришли к выводу о необходимости внедрения медиаобразовательной концепции как части школьной образовательной программы во все школы. В учебных планах как всех типов школ, так и на ступени среднего и высшего профессионального образования должны быть предусмотрены медиапедагогические аспекты как в процессе формирования навыков, так и осуществления контроля их сформированности. При этом подчеркивается необходимость более тесного сотрудничества между школами и внешкольными образовательными и культурными учреждениями, реализующими различные медиаобразовательные проекты [12, с. 6-9].

В Нижней Саксонии, например, в г. Оснабрюк проводится активная внешкольная работа с детьми и подростками в сфере медиа (см. Arbeitskreis Jugendmedienarbeit Osnabrück) с целью не только обеспечить доступ к новым медиа, но обучить их критически оценивая, творчески общаться с ними. По инициативе молодежи и с ее непосредственным участием создан сервер Surfb.org_Server, одноименный молодежный портал, интернет-газета “Репортеркидс” (Reporterkids), выпускаемая непосредственно детьми и подростками, и специальная группа мультимедиа. Сервер обеспечивает так называемую “чистую” коммуникацию без коммерческой рекламы и связывает все молодежные центры региона.

Подростки в возрасте 10-15 лет в рамках интернет-платформы spinxx.de пробуют себя в роли кино- и телекритиков, пишут и публикуют критические статьи о фильмах, музыке, литературе и играх, берут интервью у актеров, выступают в роли редакторов, операторов, режиссеров и т.д. Ежегодно юные критики со всех концов Федеративной Республики собираются на несколько дней на так называемый саммит (Kritikergipfel), в рамках которого не только обмениваются идеями и опытом, но и имеют возможность заглянуть за кулисы теле- и киностудий, снять короткометражный фильм, записать радиорепортаж и пр. В процессе обсуждения участники проекта учатся отстаивать свою точку зрения и с уважением относиться к чужой. Авторы же проекта пытаются привлечь внимание педагогов и общества в целом к медиакритике как важному виду обучающей деятельности³. Неслучайно с 2000 г. выдающиеся проекты, направленные на формирование медиакомпетентности, умения творчески, критически обращаться с разными видами медиа у детей, молодежи и их родителей, отмечаются премией Дитера Бааке (Dieter Baacke Preis).

Все эти проекты реализуют принцип обучения посредством активной самостоятельной деятельности учащихся (“learning by doing”), в рамках которой помимо умения создавать и распространять собственные медиатексты воспитывается хорошее эстетическое восприятие, вкус, понимание и оценка художественного качества медиатекстов; развивается аналитическое, критическое мышление личности по отношению к медиа, их способность к восприятию, пониманию и анализу языка медиатекстов, анализу медиатекстов в широком культурологическом, социокультурном контексте. Опыт активной работы с медиа показывает, что переход от пассивного восприятия к самостоятельному созданию медиатекстов является решающим для глубокого понимания сущности функционирования медиа.

Мы согласны с тезисом профессора Короченского о том, что «критически мыслящая, социально активная коммуникативная личность, свободно и активно общающаяся с масс-медиа, является идеалом, высшим достижением гуманистически-ориентированного медиаобразования» [2, с.40]. Важнейшей целью медиаобразования сегодня является формирование компетенций для

³ Этот и многие другие проекты подробно описаны в медиапедагогическом журнале “Медиа конкрет” (“Medien Concret”), который издается при поддержке Германского центра детского и юношеского кино (Kinder- und Jugendzentrum KFZ) и медиацентра г. Кельна (jfc Medienzentrum) <http://medienconcret.de/>.

самостоятельных действий в медиaprостранстве, в котором медиа представляют собой одновременно и предмет, и средство обучения. При этом роль проводника в медиaprостранстве следует отнести медиакритикам, труды которых могут служить в нем своего рода образцом и ориентиром.

Литература

1. Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Автореф. дис. ... д-ра фил. Наук. СПб, 2003. 41 с.
2. Короченский А.П. Медиакритика и медиаобразование // Высшее образование в России. – 2004. – № 8. – С. 40 – 46.
3. Саенкова Л. Медиакритика как важная часть информационно-аналитического контента зарубежных СМИ. // Международная журналистика – 2012: современное состояние и направления развития: материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17 февр. 2012 г., Минск. Под общ. Ред. Т.Н. Дасаевой; сост. Б.Л. Залесский. – Минск: Изд. центр БГУ, 2012. С. 99-106.
4. Фатымина В.Д. Перспективы массовой медиакритики в Германии.// Журналистика и медиаобразование в XXI веке: сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БелГУ, 2006. С. 188-193.
5. Федоров А.В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. М.: МОО “информация для всех”, 2012. 182 с.
6. Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиapedагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. 64 с.
7. Шестеркина Л.П. Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: монография. / Л.П. Шестеркина и др.; под ред. Л.П. Шестеркиной. – Челябинск: Издательство РЕКПОЛ, 2012. – 114 с.
8. Aufenanger, Stefan. Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. // Beck, Uwe. Tagungsband edut@ain 2000. Karlsruhe, 2001. S. 15-21.
9. Aufenanger, Stefan. Medienpädagogik./ Stefan Aufenanger // Krüger, Heinz-Hermann/ Grunert, Cathleen (Hg.): Wörterbuch Erziehungswissenschaft. Wiesbaden, 2004. S. 302-307.
10. Baacke, Dieter. Medienkompetenz: Modelle und Projekte. // Handbuch Medien. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung, 1999. 308 S.
11. Bendig, Björn. Presserat wird Onlinerat: 60 Prozent der Beschwerden betreffen Online-Medien. [Электронный ресурс] // Magazin Pressefreiheit in Deutschland. Accessed August 12, 2014. URL: <http://pressefreiheit-in-deutschland.de/presserat-wird-onlinerat-beschwerden-online-medien-00551> (дата обращения: 25.08.2014).
12. Bildungspolitische Forderungen. Medienpädagogischer Kongress 2011. Hrg. Initiative „Keine Bildung ohne Medien“, Ludwigsburg 2011. 20 S. [Электронный ресурс] URL: www.keine-bildung-ohne-medien.de (дата обращения: 25.08.2014).
13. Brecht, Bertold. Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. // Bertold Brecht. Gesammelte Werke, Bd. 18. Schriften zur Literatur und Kunst, Bd. 1. Frankfurt/Main. 1967. S. 127-134.
14. Dieterichs, Helmut H. Frühgeschichte deutscher Filmtheorie. Habilitationsschrift im Fach Soziologie am Fachbereich Gesellschaftswissenschaften der J.W. Goethe-Universität Frankfurt am Main, 1996. - 294 S.
15. Hüther, Jürgen/ Podehl, Bernd. Geschichte der Medienpädagogik. // Jürgen Hüther, Bernd Schorb (Hrsg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. 4., München. 2005. S. 116-127. www.mediaculture-online.de
16. Lange, Jasmin. Der deutsche Buchhandel und der Siegeszug der Kinematographie 1895-1933. Wiesbaden, 2010. – 291 S.
17. Rüssel, Manfred / Scheidt, Thomas. Wie die Bilder lügen lernen. Über die Macht visueller Medien. // Medien Concret. Magazin für die pädagogische Praxis. Sept. 2006. S. 74-77.
18. Stapf, Ingrid. 50 Jahre Deutscher Presserat – hat sich Medienselbstkontrolle bewährt? // Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik. Ausgabe 1. 2007. S. 147-148.

References

1. Aufenanger, Stefan. Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. // Beck, Uwe. Tagungsband edut@ain 2000. Karlsruhe, 2001. S. 15-21.
2. Aufenanger, Stefan. Medienpädagogik./ Stefan Aufenanger // Krüger, Heinz-Hermann/ Grunert, Cathleen (Hg.): Wörterbuch Erziehungswissenschaft. Wiesbaden, 2004. S. 302-307.
3. Baacke, Dieter. Medienkompetenz: Modelle und Projekte. // Handbuch Medien. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung, 1999. 308 S.
4. Bendig, Björn. Presserat wird Onlinerat: 60 Prozent der Beschwerden betreffen Online-Medien. // Magazin Pressefreiheit in Deutschland. Accessed August 12, 2014. <http://pressefreiheit-in-deutschland.de/presserat-wird-onlinerat-beschwerden-online-medien-00551>
5. Bildungspolitische Forderungen. Medienpädagogischer Kongress 2011. Hrg. Initiative „Keine Bildung ohne Medien“, Ludwigsburg 2011. 20 S. [Электронный ресурс] URL: www.keine-bildung-ohne-medien.de (дата обращения: 25.08.2014).
6. Brecht, Bertold. Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. // Bertold Brecht. Gesammelte Werke, Bd. 18. Schriften zur Literatur und Kunst, Bd. 1. Frankfurt/Main. 1967. S. 127-134.
7. Dieterichs, Helmut H. Frühgeschichte deutscher Filmtheorie. Habilitationsschrift im Fach Soziologie am Fachbereich Gesellschaftswissenschaften der J.W. Goethe-Universität Frankfurt am Main, 1996. - 294 S.
8. Fatymina V.D. Perspectives of mass media criticism in Germany. Journalism and Media Education in XXI century. Proceedings of International conference. Belgorod. BGU, pp. 188-193.
9. Fedorov A.V. Analysis of audiovisual media texts. Moscow: "Information for All". 2012. 182p.
10. Fedorov A.V. Glossary of terms in media education and media competence. Taganrog. Taganrog State Pedagogical Institute. 2010. 64p.
11. Hüther, Jürgen/ Podehl, Bernd. Geschichte der Medienpädagogik. // Jürgen Hüther, Bernd Schorb (Hrsg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. 4., München. 2005. S. 116-127. www.mediaculture-online.de
12. Korochensky A.P. Media criticism and media education. Vyssheye obrasovaniye v Rossii. – 2004. – № 8. – pp. 40 – 46.
13. Korochensky A.P. Media criticism in theory and practice of journalism. Ph.D. thesis. St.Petersburg, 2003. 41 p.
14. Lange, Jasmin. Der deutsche Buchhandel und der Siegeszug der Kinematographie 1895-1933. Wiesbaden, 2010. – 291 S.
15. Rüsel, Manfred / Scheidt, Thomas. Wie die Bilder lügen lernen. Über die Macht visueller Medien. // Medien Concret. Magazin für die pädagogische Praxis. Sept. 2006. S. 74-77.
16. Saenkova L. Media criticism as an important part of information-analytical content of foreign media. International Journalism 2012: modern state and directions of development: proceedings of International conference. February 17, 2012. Minsk. BGU, pp. 99-106.
17. Shesterkina L.P. Journalist education under conditions of media convergence. Chelyabinsk. 2012. 114p.
18. Stapf, Ingrid. 50 Jahre Deutscher Presserat – hat sich Medienselbstkontrolle bewährt? // Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik. Ausgabe 1. 2007. S. 147-148.