

УДК 37.016:811.112.2*38
ББК Ш143.24-9-5

ГСНТИ 14.35.09

Код ВАК 13.00.02

Иванова Екатерина Анатольевна,

кандидат филологических наук, старший преподаватель, кафедра немецкой филологии, Институт иностранных языков, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26; e-mail: slekan@yandex.ru

**«МЕДИЙНАЯ КУЛЬТУРА ГЕРМАНИИ» КАК НОВЫЙ СПЕЦКУРС
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ЯЗЫКОВОМ ОБРАЗОВАНИИ**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: профессиональное языковое образование; немецкий язык; новый спецкурс; СМИ; медийная культура; медийная педагогика; профессиональная компетенция учителя иностранного языка; лингвострановедение.

АННОТАЦИЯ. Изложена концепция нового спецкурса по специальности «Иностранный язык». Дана краткая характеристика рабочей учебной программы. Освящены некоторые проблемы реализации спецкурса при обучении студентов.

Ivanova Ekaterina Anatolevna,

Candidate of Philology, Senior Lecturer of Department of German Philology, Institute of Foreign Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.

**«MEDIA CULTURE OF GERMANY» AS A NEW SPECIAL COURSE
IN PROFESSIONAL LANGUAGE EDUCATION**

KEY WORDS: professional language education; German; a new special course; media; media culture; media pedagogy; professional competence of a foreign language teacher; lingvo-cultural studies.

ABSTRACT. The article describes an outline of a new special course in the German language teaching. It outlines the curriculum of the course featuring its aim, goals and content along with some challenges that might arise while teaching students.

Современный глобализированный мир и человеческий социум в нем уже немислимы без информационных и компьютерных технологий. СМИ проникают во все сферы человеческой жизни, влияют на нашу картину мира, определяют социально-психологический, информационно-языковой и культурный векторы развития общества. Поэтому становится актуальным формирование у студентов умений и навыков учебной деятельности в соответствии с новой информационной средой и ее техническими возможностями.

Формирование медиакомпетентности у студентов, получающих высшее профессиональное педагогическое образование, закреплено в федеральном государственном образовательном стандарте: компетенции ОК-8, ОК-9, ОК-12, ПК-4 [4]. Однако другие виды компетенций во многом обусловлены способностью обучаемого работать с информацией и техническими средствами. Программы обучения педагогов медийной и информационной грамотности прописаны на международном уровне [3]. В профессиональной компетентности учителя-преподавателя иностранного языка формирование иноязычной медиакомпетентности тесно связано с коммуникативной, социокультурной и межкультурной компетенцией. Этот компонент значим, но не получает достаточного формирования в других кур-

сах (практический курс иностранного языка, лингвострановедение, литература, лексикология, стилистика и др.) ввиду их специфики, поэтому введение нового курса «Медийная культура» является целесообразным. Об этом свидетельствует опыт зарубежных вузов.

В учебных планах университетов Германии на факультетах и кафедрах, обучающих студентов-германистов, в том числе по специальности «Немецкий язык как иностранный», курс «Medien» существует в качестве спецкурса, отдельной дисциплины или специальности с конца 1990-х годов. Например, в Бременском университете «медийность», «медиаведение» (Medienwissenschaft) изучается в рамках программ бакалавриата и магистратуры, в университете Отто-Фридриха в Бамберге на факультете германистики есть кафедра литературоведения и СМИ (Lehrstuhl für Literatur und Medien), в университете Людвиг Максимилиана в Мюнхене – кафедра современной немецкой литературы и СМИ (Lehrstuhl für Neuere deutsche Literatur und Medien). Перечень можно продолжить, упомянув практически все факультеты германистики на территории немецкоязычных государств. Обосновывается это тесной взаимосвязью между культурой, коммуникацией, германистикой, литературоведением и историей развития СМИ, но имеет прагматическую

причину: высокая степень безработицы среди выпускников факультетов и кафедр германистики в немецкоязычных странах, а также снижение интереса к этой учебной специальности вынуждает вузы искать решение данной проблемы. Включение курса медийной культуры, изучение основ коммуникации и СМИ в перечень дисциплин по специальности дает студентам языковых факультетов возможность практического применения знаний не только в педагогике, но и в сфере журналистики, издательского дела и рекламы, а также обеспечивает возможность перехода в магистратуру по смежным специальностям. В Германии изучение СМИ является содержанием учебных программ в школах, вузах и, по мнению некоторых исследователей, должно реализовываться в наши дни даже на этапе дошкольного развития [6, с. 135].

В учебном плане Института иностранных языков УрГПУ по специальности «050100 – Педагогическое образование» профиль «Иностранный язык» по циклу Б. 1. В. 18 дисциплина «Медийная культура Германии» – факультативный спецкурс у студентов на 7, 8 семестрах, общая трудоемкость курса – 84 часа: лекции – 30, семинары – 12, самостоятельные занятия – 42.

Название курса отражает взаимообусловленность феноменов «медийность» и «культура». При его разработке из разнообразия дефиниций были выделены наиболее значимые. Под *медийностью* мы подразумеваем все коммуникативные средства (печатные издания, радио, телевидение, Интернет и пр.), а также «технические средства обучения». Понятие *культура* трактуется нами согласно исследованиям последних лет как система коллективного знания, с помощью которого люди моделируют окружающий мир. «В русле этой концепции индивидуальные действия людей, неразрывно связанные с коммуникативными процессами, относятся к комплексной системе коллективного знания, передаваемого через язык. Сегодня «поставщиками» коллективного знания, или посредниками в его распространении, являются СМИ, которые никогда не являются индифферентными по отношению к тому, что опосредуют» [1, с. 23]. Эта цитата М. В. Володиной подчеркивает тесную взаимосвязь восприятия, познания, языка, культуры и СМИ.

Таким образом, в состав профессиональной компетенции современных преподавателей иностранного языка обязательно должно входить профессионально ориентированное владение «медийной культурой» страны изучаемого языка. Цель дисциплины – рассмотреть культуру медиа страны изучаемого языка, изучить ее формы и про-

цессы, выявить общую логику культурных текстов и практик в медиа, проанализировать социокультурную и языковую специфику немецкоязычных медиа.

Задачи курса:

- 1) рассмотреть типологию медиа и историю их возникновения;
- 2) познакомить студентов с культурными и языковыми феноменами, процессами и практиками информационного общества, связанными с медиа;
- 3) познакомить студентов с современными теориями медиа;
- 4) проанализировать общие и специфические культурные формы и практики немецкоязычных СМИ;
- 5) рассмотреть дидактические возможности медийных средств.

Основные тематические блоки, на которые делится спецкурс, перечислены ниже.

- Понятие «медийная культура», соотношение понятий «медиа», «медийность», «коммуникация», «средство», «метод», «искусство», «культура». Статус «массмедиа» в стране изучаемого иностранного языка, общая характеристика «медийного пространства», с концентрацией на некоторые СМИ. Медийное поведение разных групп населения. Содержание курса «Медийная культура Германии».

- Краткая аспектно-видовая характеристика массмедиа.

- История возникновения (формирование письменности, книгопечатание (Гуттенберг), распространение печатной продукции, формирование литературы – литературные журналы). Будущее печатной продукции.

- Пресса (история появления, структура современного рынка немецкоязычных печатных СМИ, их социальная, политическая и культурная роль), печатные средства информации и их электронные варианты, перспектива.

- Аудиомедиа. Радио (история появления, их социальная, политическая и культурная роль, структура современной сети радиовещания на немецкоязычной территории, радиопередачи). Аудиокниги, радиоспектакли.

- Фильм. История развития немецкого кинематографа. Фильмы, экранизации, актеры, режиссеры. Кинофестивали («Berlinale»).

- Телевидение (история появления, социальная, политическая и культурная роль, общественно-правовое телевидение, структура современного телевидения на немецкоязычной территории, телеканалы, телепередачи).

- Компьютер и Интернет. Особенности «Денета». Влияние на образ жизни со-

временного общества, на язык и мышление. Полезные интернет-ресурсы и опасности.

- Общественно-правовое телевидение, независимость СМИ, «медийная война», «пропаганда», «четвертая власть», образ России в масс-медиа страны изучаемого языка, язык масс-медиа, «политическая, лингвистика», профилактика манипулирования СМИ сознанием читателей / зрителей.

- Медийная культура и образование в стране изучаемого языка. Профессионально-педагогические массмедиа. Место курса «Medien» в современной системе высшего профессионального образования в Германии (Австрии, Швейцарии) и России.

- Методические аспекты медийной культуры в преподавании иностранного языка.

Курс «Медийная культура Германии» еще продолжает формироваться, и при его реализации возникает ряд трудностей теоретического и практического характера. Содержание курса может частично корректироваться в зависимости от общей эрудированности, уровня языковой и страноведческой подготовки, а также от запроса группы. На содержание курса влияет также актуальная ситуация в мире. Проблемой данной учебной дисциплины является многообразие самого феномена «медиа». Это усложняет вопрос о предмете курса, выборе и ограничении учебного материала, о критериях его отбора и организации. Однако всеохватность и динамичность являются одновременно огромным преимуществом для разработки и проведения данного спецкурса, позволяют сделать его разнонаправленным и разносторонним. При его реализации вызывает затруднение форма проведения аудиторных групповых занятий, соотношение практических упражнений и информативных теоретических занятий, в том числе в форме самостоятельно подготовленных заданий, затруднения возникают при использовании технических средств, ресурсов Интернета (радио, телевидения). Назрела необходимость создания учебного пособия по данному курсу, в концепции которого должна быть учтена, с одной стороны, лингвострановедческая направленность, наличие неких констант, базовых, ключевых понятий, терминологии, с другой – видоизменяемость содержания курса.

Средства массовой информации оказывают значительное воздействие на развитие языка, в первую очередь на лексический уровень. Возникают новые понятия и тер-

мины, которые быстро входят в активный словарный запас широкого круга носителей языка. Курс ведется на иностранном языке, но привлечение родного языка необходимо для перевода и сопоставления. Поэтому важной обучающей задачей данной дисциплины является работа над лексикой соответствующих разделов: студенты ведут тематические словари, выполняют лексические упражнения, в том числе переводные.

Практическая ориентация данной учебной дисциплины подразумевает самостоятельную учебно-проектную работу. Преимущество самостоятельной учебной деятельности с использованием новых медийных средств состоит в том, что они предоставляют разнообразные возможности обучения, а «самостоятельная учебная деятельность подразумевает связь самообучения и поиска смысла. Предпосылкой этого является возможность самореализации и раскрытия собственных способностей» [7, с.141-143].

Практическая ориентированность курса помимо страноведческого и общего культурологического аспекта позволяет обратить внимание будущих учителей немецкого языка на огромный ресурс средств массовой информации как средств обучения иностранному языку, помогает рассмотреть некоторые методики работы со СМИ как с дидактическим материалом в соответствии с современными методиками медиаобразования, базирующимся на реализации разнообразных творческих заданий [5].

Медийная культура – устойчивая часть сознания нации, имеющая свою историю формирования и развития, неотделимую от исторического развития народа и актуальную структуру, стремительно видоизменяющуюся в современном мире. Медийная культура Германии в сопоставлении с культурой других стран (России) или со спецификой других немецкоязычных медийных пространств (Австрии, Швейцарии) позволяет обрести ясность не только относительно германских СМИ, но и выделить и систематизировать мировые тенденции в этой сфере. По сути дела речь идет о составляющей профессионально ориентированного страноведения для будущих педагогов [2]. Курс «Медийной культуры» страны изучаемого языка в профессиональном педагогическом образовании является актуальной теоретической лингвострановедческой дисциплиной, направлен на формирование самостоятельной учебной деятельности студентов и имеет практическую направленность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : учеб. пособ. М. : МГУ, 2003. С. 9-32.

2. Гиниатуллин И. А. Профессионально-ориентированное страноведение // Germanistische Studien : сб. науч. тр. кафедры немецкой филологии. Вып. VI. Екатеринбург : УрГПУ, 2013. С. 159-168.
3. Медийная и информационная грамотность : программа обучения педагогов. URL: <http://ru.iite.unesco.org/publications/3214706/>.
4. Приказ Министерства образования и науки РФ от 22 декабря 2009 г. № 788 «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 050100 Педагогическое образование (квалификация (степень) "бакалавр")» (с изменениями и дополнениями). URL: <http://base.garant.ru/197487/>.
5. Федоров А. В. Специфика медиаобразования студентов педагогических вузов // Педагогика. 2004. № 4. С. 43-51.
6. Neuss N. Medienbildung im Vorschulbereich // Wirklichkeit 2.0 Medienkultur im digitalen Zeitalter. Stuttgart : Reclam, 2012. С. 135-140.
7. Röhl F. J. Web 2.0 als pädagogische Herausforderung // Wirklichkeit 2.0 Medienkultur im digitalen Zeitalter. Stuttgart : Reclam, 2012. С. 140-149.

Статью рекомендует канд. пед. наук, доц. Е. А. Казакова.