Игнатова Ирина Борисовна

Кандидат филологических наук, доцент

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций, Институт журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет 119991, Российская Федерация, Москва, ул. Малая Пироговская, 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

Зубаркина Елена Станиславовна

Кандидат филологических наук, доцент

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций, Институт журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет, 119991, Российская Федерация, Москва, ул. Малая Пироговская, 1, строение 1, e-mail: famzub@yandex.ru

Elena S. Zubarkina

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: famzub@yandex.ru

МЕДИАКРИТИКА ГЕРМАНИИ: ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ

Аннотация. Статья посвящена изучению истории и теории медиа-критики в Германии, значимости феномена медиакритики для развития и успешного функционирования масс-медиа в немецкоговорящих странах. Теоретические предпосылки развития медийной критики в Германии, ее исторические этапы, играют важную роль в понимании современного института медиакритики, механизмов ее воздействия на реципиента.

Медиакритика существует с тех пор, как появились сами медиа, и существование и появление новых СМИ всегда сопровождается положительными или отрицательными отзывами на них. Развитие средств массовой информации неминуемо влечет за собой и их критику.

В статье рассматривается медиакритика как глобальная критика средств массовой информации и как изучение отдельных конкретных явлений в медиасреде. Оценочная роль медиакритики признается немецкоязычными исследователями как одна из основных. Медиакритика дает возможность аргументированного обсуждения СМИ, без которого

невозможно ни существование медиа, ни, собственно, самого общества в целом. Медийная критика порождает открытую дискуссию и тем самым способствует просвещению общества. В какой-то мере устанавливая нормы и стандарты качества журналистики, она формирует и этические границы коммуникации, как для журналистов, так и для аудитории.

Этапы развития медиакритики в Германии, описываемые в статье, охватывают период с начала 1980-х по настоящее время. Рассматриваются основные подсистемы средств массовой информации: телевизионная медийная критика, медиакритика радиозэфира, в печатных СМИ, медийная критика в интернет-пространстве. Благодаря этому мы получаем полную картину становления и развития медиакритики в Германии.

Ключевые слова. Масс-медиа, история медиа, медиакритика, немецкоязычная медиакритика, новые медиа.

Информация о статье. Дата поступления 19 апреля 2018 г.; дата принятия к печати 7 июня 2019 г.; дата онлайн-размещения 16 июля 2019 г.

MEDIA CRITICISM IN GERMANY: HISTORY AND THEORY

Abstract. The article is dedicated to the study of the history and theory of media criticism in Germany and the importance of the phenomenon of media criticism for the development and successful functioning of the mass media in German-speaking countries. The theoretical preconditions for the development of media criticism in Germany and its historical stages play an important role in understanding the modern institution of media criticism and the mechanisms of its impact on the recipient.

Media criticism has existed since the media themselves appeared, and the existence and emergence of new media is always accompanied by positive or negative feedback on them. The development of the media inevitably leads to their criticism.

The article considers media criticism as a global criticism of the media and as a study of individual specific phenomena in the media environment. The estimated role of media criticism is recognized by German-speaking researchers as one of the main functions. And it must be understood that media criticism provides an opportunity for a reasoned discussion about the media, without which neither the existence of the media, nor indeed the society as a whole is possible. Media criticism generates an open discussion and thereby contributes to the enlightenment of society. To some extent, setting norms and standards for the quality of journalism, it forms ethical boundaries of communication, both for journalists and for the audience.

The stages of development of media criticism in Germany, described in the article, cover the period from the late 1980s to the present. The main subsystems of mass media are considered: television media criticism, media criticism on the radio, in print media, media criticism in the Internet space. Thanks to this, we get a full picture of the formation and development of media criticism in Germany.

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

Article info. Received April 19, 2018; accepted June 7, 2019; available online July 16, 2019.

В условиях трансформации современного медиапространства критическому рассмотрению подвергается медиапродукция всех типов: периодические печатные издания, теле- и радиопередачи, интернет-издания и пр. В связи с этими процессами обеспечение качества медиа в любой стране возможно лишь с помощью его контроля. Критика средств массовой информации играет на сегодняшний день в информационно-аналитическом пространстве Германии ведущую роль. Медиакритика обеспечивает всем участникам медийного сообщества, как профессионалам, так и любителям, непредвзятый взгляд на современное состояние СМИ. Она оказывается способна влиять на участников медиасистемы и способствует изменениям внутри нее. Контроль качества медиа в Германии осуществляется в нескольких направлениях: внутри самих медиа — силами журналистов, а также извне — силами различных медиакритических организаций и ученых, занимающихся проблемами массовых коммуникаций [1].

Теоретические обоснования феномена медиакритики в Германии

По мнению немецких исследователей, в целом медиакритику в зависимости от ее отношения к объекту исследования можно разделить на две основные категории. С одной стороны, критику СМИ следует воспринимать как глобальную критику средств массовой информации с точки зрения их позитивного и негативного воздействия на общество. С другой стороны, она может относиться к изучению отдельных конкретных явлений в медиасреде [2, S. 9].

Цель любого медиакритического обсуждения — имеется ли в виду содержание материалов, лингвистические характеристики текста или конкретные советы по исправлению ошибок в материале — давать оценку [3, S. 71].

В определенной степени критика средств массовой информации зависит от самих СМИ, которым необходимо обсуждение их содержания в рамках телепередач или колонок печатных и электронных СМИ. По мнению ряда немецких исследователей, в частности Г. Халленберге-ра (G. Hallenberger) и Й. Ниеланда (J.-U. Nieland), в современном медийном обществе нет некой внешней силы, способной оценивать СМИ вне медиасистемы и делать выводы, которые не возвращались бы снова в сферу средств массовой информации [4, S. 15].

С. Шмидт (S.J. Schmidt) говорит об имманентном характере каждого медиакритического действия. По его мнению, медиакритика представляет собой наблюдение, описание и оценку в медиа и с медиа. Иными словами, нет медиакритики вне медиа [5, S. 22].

Немецкий исследователь медиа Кнут Хикентир (Knut Hickethier) определяет медиакритику как дискурс, в рамках которого обсуждается не только система СМИ и результаты журналистской деятельности, а рассматривается общество в целом. В связи с этим необходимость медиакритики заключается в ее функции некоего отражательного инструмента для общества [6, S. 62].

Медиакритика дает возможность аргументированного обсуждения СМИ, без которого невозможно ни существование медиа, ни, собствен-

но, самого общества в целом. Она создает дискурс медиа, устанавливает нормы и международные стандарты качества журналистики, повышает эти стандарты, предъявляет требования к этике коммуникации, как для самих журналистов, так и для аудитории. Этот дискурс имеет важное значение для социального взаимодействия со СМИ и является фундаментом для самоопределения как производителей контента, так и для его потребителей [6, S. 62].

Необходимость критического исследования медиа и их влияния на общество обеспечивает основу для медиакритики, которая, в свою очередь, порождает открытую дискуссию и тем самым способствует просвещению общества. По мнению Р. Вайсса (R. Weiß), основная цель медиакритики — показать, объяснить и осмыслить значение СМИ для общества, его политики и культуры [7, S. 22]. Но в этом случае, с точки зрения реципиента, медиакритика адресована некой дисперсной публике (*dispersed Publikum*) именно как дополнение к индивидуальной коммуникации, обмена впечатлениями при индивидуальной рецепции медиа [8, S. 77].

Д. Росс (D. Roß) отмечает, что медиакритика существует с тех пор, как появились сами медиа, и существование и появление новых СМИ всегда сопровождается положительными или отрицательными отзывами. [9, S. 29] Развитие масс-медиа неминуемо влечет за собой и их критику. И критика медиа связана не столько с их техническим развитием, сколько с социальным принятием и одобрением.

Исторически сложилось так, что и мнения, и ожидания от медиа раз-

деляются на два оппозиционных лагеря: оптимисты связывают с появлением новых медиа надежды и позитивные ожидания, а пессимисты ставят под сомнение новые технологии и связывают их с гибелью и упадком медиа [5, S. 30].

Этапы развития медиакритики в Германии

Прорыв медиакритики в широкий медиаландшафт, в том числе и за пределы медийной сферы, совершается периодически, и особенно активно этот процесс происходит в периоды сенсационных скандалов. В немецкой практике это, например, «Дело Баршеля».

Вот как описывает произошедшие события корреспондент «Радио Свобода» в Германии А. Хавронин в своей статье «"Самоубийство" гольштейнского премьера: 20 лет сомнений». Осенью 1987 года в ФРГ разразился громкий политический скандал. В прессе появились сообщения о том, что премьер-министр земли Шлезвиг-Гольштейн, христианский демократ Уве Баршель организовал слежку за претендовавшим на его пост социал-демократом Бьерном Энхольмом, занимавшим в ту пору должность федерального министра сельского хозяйства. В частности, стало известно, что журнал *Spiegel* опубликует информацию в понедельник после выборов. Журнал основывался на сведениях, предоставленных Райнером Пфайфером, референтом издательства «Axel-Springer-Verlag», специально приглашенным для этих целей в земельное правительство в Киле и уже имевшим судимость за распространение клеветнической информации. Обвинения против Баршеля вынуждены

были частично признать некоторые функционеры Христианско-демократического союза. Уве Баршель подал в отставку, однако свою вину признавать не стал. А через несколько недель после отставки Баршеля его труп обнаружил в гостинице «Бо Риваж» в Женеве репортер журнала «Штерн» Себастьян Крауэр. Снимок мертвого политика, лежащего одетым в заполненной водой ванне, осенью 1987 года опубликовали все ведущие мировые издания. Баршель скончался от приема большой дозы медикаментов. Журналисты задавались вопросом: было ли это самоубийством или Баршелю кто-то помог уйти из жизни? Скандал подробно освещался в прессе, споры не утихают до сих пор. В частности, на сайтах welt.de, ndr.de, planet-wissen.de, zeit.de, sueddeutsche.de с завидной периодичностью появляются материалы, так или иначе связанные со скандалом. Дискуссии о роли журналистов в развитии ситуации, несправедливых нападках на фигурантов дела, активно велись в прессе. Споры об этическом поведении журналистов возникали и в связи с освещением смерти Леди Дианы, массовым убийством в Виннендене, событиями 11 сентября и т.д.

Эти примеры создают впечатление, что как критика извне, так и самокритика внутри медийного ландшафта концентрируются на особенно резонансных случаях нарушения журналистских норм поведения и носит разрозненный характер. Данная точка зрения основана на том, что непрерывный самоанализ рядовых нарушений этики журналиста ввиду своей незначительности едва ли имеет шансы привлечь внимание широкой общественности [10, S. 41].

Менее эффективно освещаемые в средствах массовой информации темы также находят свою аудиторию, но характеризуются низким уровнем ее охвата, узкоспециализированными адресатами и не всегда рассматриваются как повод для медиакритики [10, S. 42].

Сегодня немецкая медиакритика имеет различный охват аудитории в зависимости от способа реализации внутри медийного дискурса.

Телевизионная медиакритика Германии

Популярным форматом телепередачи, посвященной медиакритике, стал в свое время так называемый «Medienmagazin» (дословно — «медиажурнал»). Первым подобным опытом стала телепередача «Wir über uns» («Мы о нас»), выходившая на немецком общественном телеканале «Das Erste» («Первый») с 1979 по 1993 годы. Это была пятиминутка, транслировавшаяся по воскресеньям в основном между новостями дня и спортивными новостями, которая рассказывала о деятельности ARD («Рабочее содружество общественно-правовых вещательных станций Федеративной Республики Германия»), в которое он входит, и политике его телерадиовещания. Сложно было говорить о серьезном критическом характере передачи, но это была первая попытка работы в подобном формате.

В декабре 1991 года на немецком телеканале телерадиокомпании «Вестдойчер рундфунк» («Westdeutscher Rundfunk», WDR) «ВДР-Фернзеен» (WDR Fernsehen) известная телеведущая и продюсер Беттина Бёттингер (Bettina Böttlinger) запускает ток-шоу «Parlazzo» в

формате прямого эфира с авторитетными гостями. В рамках шоу обсуждалась закулисная кухня прессы, радио и телевидения. Программа находилась на стыке между серьезной медиакритикой и безобидной теленостальгией. Были интервью с ключевыми фигурами медиапроцесса и непринужденные светские беседы со звездами. Иногда случались довольно удачные эфиры. Например, беседа в 1995 году с главой люксембургского медиахолдинга RTL Group (Radio Télévision Luxembourg) Гельмутом Тома и главой VPRT (Verband Privater Rundfunk und Telemedien) Юргеном Дойцем.

Беттина Бёттингер вела шоу до 1995 года, затем ее сменила Сабина Бранди, а в 1996 году ведущей стала Анна Виль. Спустя 100 выпусков продолжительностью от 45 до 75 минут шоу закрылось из-за низких рейтингов.

С 1993 по 1994 год на коммерческом телеканале Германии VOX выходила телепередача «Canale Grande», в рамках которой в течение 66 минут аудитория заглядывала за кулисы телевидения и прессы. Визитной карточкой передачи было обращение ее ведущего Дитера Моора к зрителям: «Дорогая аудитория!».

Спустя 4 года — в 2002 году — на канале NDR Fernsehen появилась передача «Zapp» («Die Medienmagazin»), целью которой было наблюдение, анализ, объяснение и оценка актуальных публикаций в СМИ и любых других материалов в современном медиаландшафте, информирование о комплексных взаимосвязях внутри медиапроцессов. Акцент делался на телевидении, но и другие подсистемы СМИ не оставались без внимания.

Рубрика «Durchgezappt» (условно можно перевести «Переключая каналы») вкратце обобщала новости. Передача не только давала публике бэкграунд событий, но также приобщала зрителя при помощи обсуждаемых тем к медийным темам дня, которые не относились к повседневному кругу медийного чтения.

Первый выпуск «Zapp» вышел 14 апреля 2002 года и стал после «Wir über uns» и «Parlazzo» единственной подобной передачей на немецком ТВ. У передачи есть свой YouTube-канал и группа в Facebook.

Если говорить о темах, которые затрагиваются в передаче, то зачастую они довольно щекотливые и провокационные, например, критика примитивного телевидения, так называемого «мусорного ТВ» (реалити-шоу, развлекательные ток-шоу), которое в немецкоязычной практике обозначается термином Trash-Fernsehen.

В передаче раскрываются и обличаются нарушения, коррупция и отсутствие в СМИ серьезных тем для обсуждения, в том числе и на канале, где транслируется передача.

Участники и авторы передачи говорят о недостаточной проработке тем сообщений журналистов, подаче недостоверных сведений. Факты выстраиваются таким образом, чтобы произвести максимальный эффект, шокировать аудиторию. Негативную характеристику получают СМИ из-за смешения журналистики и пиара. По мнению авторов, журналистике не хватает критического осмысления.

«Zapp» рассказывает о зарубежных журналистах, которые вынуждены бороться в своих странах против

цензуры собственного правительства и несправедливости (Бирма, Китай, Ближний Восток), о тех, кто становится жертвами нападений, убийств из-за своих убеждений, кто противостоит коррупции и политическим интригам.

В целом можно говорить о том, что вопросам медиакритики в рамках телевизионного вещания в Германии уделяется достаточно внимания, что дает возможность многим средствам массовой информации увидеть себя со стороны.

Немецкая медиакритика в периодической печати

С 1956 г. в Германии в качестве альтернативы государственному контролю действует так называемый Немецкий совет по делам прессы (Der Deutsche Presserat), который выполняет функции профессионально-этического саморегулирования в журналистском сообществе.

В организацию входят немецкие издатели и журналистские ассоциации. Среди них: Ассоциация немецких журналистов (Deutscher Journalisten-Verband (DJV)); Профсоюзная организация Die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) и входящая в ее состав Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju); Федеральный союз немецких издателей газет (Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV)); Ассоциация немецких издателей журналов (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ)).

Миссия Совета — борьба за свободу печати и сохранение репутации немецкой прессы. Жалобы и обращения от читателей на действия прессы рассматриваются на основании Кодекса законов о печа-

ти Der Pressekodex (Publizistische Grundsätze), разработанного Советом. В законе обозначены грубые нарушения принципов, норм и правил профессиональной деятельности со стороны изданий. Всего в нем прописано 16 принципов, которые должен соблюдать журналист: правдивость и уважение человеческого достоинства; добросовестность; точность; соблюдение границ поиска; профессиональная тайна; разделение деятельности; разделение рекламной и журналистской деятельности; защита личности; защита чести; уважение религии, веры и обычаев; освещение в СМИ сенсационных событий и защита прав молодежи; дискриминация; презумпция невиновности; корректное освещение медицины в СМИ; официальная публикация жалоб. Но решения, замечания, предупреждения и выговоры Совета, имеющие моральную подоплеку, лишены строго обязывающей силы.

Первой ежедневной газетой в Германии, которая ввела рубрику «Медиа» («Medien»), стала «Tagesspiegel» («Тагесспигель») в 1988 году. И она существует до сих пор. В 1993 году такая рубрика появилась в еженедельном журнале «Focus» («Фокус») — конкуренте журнала «Spiegel» («Шпигель»), в котором иногда встречается рубрика «Медиа».

Помимо «Tagesspiegel» ежедневная полоса «Медиа» есть в следующих изданиях: «Süddeutsche Zeitung» («Зюддойче Цайтунг»), «Welt» («Вельт»), «Financial Times Deutschland» («Файнэншл Таймс Дойчланд»), «Neues Deutschland» («Нойес Дойчланд»), «Berliner Zeitung» («Берлинер Цайтунг»). Однако

в некоторых газетах она «прячется» в рубрике «Культура» («Kultur»).

Но материалы, посвященные критическому разбору текущей медийной практики, появляются не только в отдельных рубриках на страницах газет. С 1978 по 1995 год каждую неделю в Германии выходил в свет небольшой по объему журнал «MedienKritik» («Медиакритика»), который резко критиковал ошибки и недостатки СМИ. Издателем журнала был «Институт развития СМИ и коммуникации» («Institut für Medienentwicklung und Kommunikation») при поддержке редакции газеты «Франкфуртер Алльгемайне Цайтунг» (Frankfurter Allgemeine Zeitung, FAZ). Из-за ограниченного числа подписчиков и большой конкуренции среди журналов, посвященных проблемам масс-медиа, институт прекратил выпуск «MedienKritik».

Свои печатные издания выпускают профессиональные Союзы. Так, например, Немецкая ассоциация журналистов с 1950 года издает журнал «Journalist», аналог российского «Журналиста». Немецкий Союз журналистов с 1951 года издает журнал «M — Menschenmachen Medien» («Люди делают СМИ»). С 1999 года раз в квартал издается журнал «Message» («Сообщение»). С 1970 года выходит журнал «Media Perspektiven» («Перспективы СМИ»).

Однако, если в 1990-е годы многие именитые издания, такие как «Die Zeit» имели в своем арсенале полосы, отведенные под медиакритику, то сегодня, в эпоху кризиса печатных СМИ, все больше изданий отказываются от этой практики [11, S. 65]. Соответственно, падает количество участников медиакритиче-

ского дискурса. В 1998 году насчитывалось всего лишь 200–300 журналистов в Германии, которые были бы экспертами в области медиакритики.

Медийная критика на немецком радио

В Германии медиа-журналы есть и на радио. В апреле 1993 года на немецкой общественно-информационной, общественно-политической и культурно-просветительской радиостанции «Deutschlandfunk» (DLF) появился проект «Markt und Media». В формате отдельной радиопередачи он выходил 24 года и прекратил свое существование в марте 2017 года.

На радио Westdeutschen Rundfunks Köln (WDR 5) выходит передача под названием «Töne, Texte, Bilder» (дословно — «Звук, текст, изображение»). Ее выпуски доступны в формате популярных сегодня подкастов.

На радиоканале B5 aktuell с 2016 выходит передача под названием «Übermedien», ведут которую два известных медиакритика Стефан Ниггемейер (Stefan Niggemeier) и Борис Розенкранц (Boris Rosenkranz). Концепция передачи основана на том, что мир современных СМИ становится все более запутанным, поэтому должен быть кто-то, кто внесет в него немного порядка. Миссия передачи: образование, информация и развлечение. По их словам, авторы стремятся уйти от идеологической, истеричной и предвзятой критики.

В целом можно говорить о том, что медиакритика в формате радиовещания с годами потеряла свою популярность, о чем свидетельствует закрытие передачи «Markt und Media» и распространение радиоэфиров в формате подкастов.

Медиакритика в Интернете

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.

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 [12, с. 383].

Медиакритика все больше практикуется не только в рубриках и широкоформатном вещании классических СМИ, но также в блогах, онлайн-комментариях, в профилях Facebook, онлайн-форумах, в альтернативных онлайн-СМИ, в сообществах Twitter, на каналах Youtube. Последним, конечно, сложно доверять, поскольку их непредвзятость и объективность остается под вопросом [13, р. 35].

Первопроходцем среди печатных изданий, которые стали размещать контент параллельно в интернете, стала газета о средствах массовой информации и коммуникации «Kressreport», которая создала онлайн-платформу kress.de в 1996 году. Несколько позже появились ресурсы www.perlentaucher.de, www.onlinejournalismus.de, www.medienrauschen.de, а также блоги www.bildblog.de, www.spiegelkritik.de,

www.zeit.de. Все они действуют и сегодня.

Те газеты, которые ранее выходили в печатном формате, сегодня имеют свои полноценные онлайн-версии, где есть рубрики, посвященные медиакритике.

Интересно, что онлайн-ресурсы зачастую занимаются критикой традиционных СМИ, позволяя непредвзято взглянуть как на них, так и на себя.

В сфере медиакритики в новых медиа на сегодняшний день сложилась довольно интересная ситуация. Наряду с профессиональной медийной критикой распространение получила критика любительская. Причем она существует не только в формате блогов или постов в социальных медиа. Особенно активно пользователи выражают свое недовольство в комментариях на новостных сайтах и в социальных сетях. При исследовании рейтингов СМИ в комментариях пользователей С. Крафт, Т. Вос и Д. Вольфганг (S. Craft, T.P. Vos, D.J. Wolfgang) обнаружили, что на первом плане стоят такие критерии качества журналистики как уместность, разнообразие и беспристрастность [14, р. 680]. Подобное развитие событий имеет ряд последствий. С одной стороны, журналисты видят себя со стороны, понимают, как воспринимает их аудитория. С другой стороны, комментарии пользователей читают такие же пользователи, которые могут попасть под влияние общественного мнения [13, р. 37]. Однако этот вопрос требует отдельного рассмотрения.

Заключение

Итак, средства массовой информации должны критически от-

носиться к самим себе, учитывая их социальную значимость. Помочь им в этом призвана медиакритика. Немецкая медийная критика прошла большой путь развития. В нашей работе мы ограничились периодом с начала 1980-х до современности. Можно говорить о том, что, активно развиваясь на телевидении и в печатных СМИ в 1990-х годах, медиакритика оказывала значительное влияние на формирование образа средств массовой информации. В тот период практически во всех качественных европейских газетах, выходящих на немецком языке, были рубрики или полосы «Медиа», а медиакритика переживала настоящий расцвет [15, с. 103].

Если же говорить о современном состоянии медиакритики в немецкоговорящих странах в целом и Германии в частности, необходимо отметить, что на сегодняшний день

рубрики медийной критики сохранились лишь в немногих онлайн-версиях ежедневных газет Швейцарии, Германии и Австрии. Абсолютное большинство газетных изданий если и публикуют медиакритические статьи, то найти их довольно сложно, поскольку они разбросаны по всем разделам и подразделам, таким, как, например, «Культура», «Мнения», «Фельетон» и блоги [1].

Между тем, наиболее значительные произведения медиакритиков способствуют развитию дискуссии, иногда неприятной для медиапроизводителей, но важной и нужной для общества. Они часто получают большой резонанс как в сообществах медийных профессионалов, так и в обществе в целом. Деятельность медиакритиков заслуживает пристального внимания, поскольку направлена на улучшение качества медиаконтента в целом и всех его составляющих в частности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Селиверстова Л.Н. Влияние деятельности медиакритиков Швейцарии на качество СМИ [Электронный ресурс] / Л.Н. Селиверстова, А.А. Левицкая // Медиаскоп. — 2016. — Вып. 2. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2097>.
2. Alsdorf J. Medienethik und Medienkritik. Wege zu einer politischen Philosophie der Medien / J. Alsdorf. — Saarbrücken : VDM Verlag Dr. Müller, 2007. — 136 S.
3. Ganguin S. Das «Kritische» an der Medienkritik / S. Ganguin // Medienkritik heute. Grundlagen, Beispiele und Praxisfelder. Medienpädagogik Interdisziplinär / Hrsg. H. Niesyto, M. Rath, H. Sowa. — München : Kopaed, 2006. — S. 71–86.
4. Hallenberger G. Medienkritik revisited / G. Hallenberger, J.-U. Nieland // Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? / Hrsg. G. Hallenberger, J.-U. Nieland. — Köln : Halem, 2005. — S. 7–21.
5. Schmidt S.J. Zur Grundlegung einer Medienkritik / S.J. Schmidt // Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? / Hrsg. G. Hallenberger, J.-U. Nieland. — Köln : Halem, 2005. — S. 21–41.
6. Hickethier K. Medienkritik — öffentlicher Diskurs und kulturelle Selbstverständigung / K. Hickethier // Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60. Geburtstag / Hrsg. H. Weßler, Ch. Matzen. — Opladen : Westdeutscher Verlag, 1997. — S. 59–67.
7. Weiß R. Wozu eine Kritik der Medienkritik? / R. Weiß // Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten. Mit Beiträgen von Joan Kristin Bleicher, Christiane Eilders u.a. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen / Hrsg. R. Weiß. — Berlin, Düsseldorf : VISTAS, 2005. — Bd. 48. — S. 17–33.

8. Bleicher J.K. Medien kritisieren Medien: Formen und Inhalte intermedialer und medieninterner Medienkritik / J.K. Bleicher // Hrsg. H. Weßler, Ch. Matzen Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60. Geburtstag. — Opladen : Westdeutscher Verlag, 1997. — S. 77–88.
9. Roß D. Traditionen und Tendenzen der Medienkritik / D. Roß // Hrsg. H. Weßler, Ch. Matzen Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60. Geburtstag. — Opladen : Westdeutscher Verlag, 1997. — S. 29–45.
10. Beuthner M., Weichert S. Und wer beobachtet die Medien? Über die Kritikfunktion und die blinden Flecken des Medienjournalismus / M. Beuthner, S. Weichert // Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? / Hrsg. G. Hallenberger, J.-U. Nieland. — Köln : Halem, 2005. — S. 41–59.
11. Lungmus M. Zu viel Durchblick stört: Das Dilemma des Medienressorts / M. Lungmus // Die Selbstbeobachtungsfalle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus / Hrsg. M. Beuthner. — Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005. — S. 63–74.
12. 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.
13. Lee E.-J. That's Not the Way it is: How User-generated Comments on the News Affect Perceived Media Bias / E.-J. Lee // Journal of Computer-Mediated Communication. — 2012. — No. 18 (1). — P. 32–45.
14. Craft S. Reader Comments as Press Criticism: Implications for the Journalistic Field / S. Craft, T.P. Vos, D.J. Wolfgang // Journalism. — 2016. — No. 17 (6). — P. 677–693.
15. Саенкова Л. Медиакритика как важная часть информационно-аналитического контента зарубежных СМИ / Л. Саенкова // Международная журналистика 2012: современное состояние и направления развития : материалы конф. / под ред. Т.Н. Дасаевой. — Минск, 2012. — С. 99–106.

REFERENCES

1. Seliverstova L.N., Levitskaya A.A. Influence of Media Critics on Media Duality in Switzerland. *Mediascope* = *Mediascope*, 2016, iss. 2. Available at: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2097>.
2. Alsdorf J. *Medienethik und Medienkritik. Wege zu einer politischen Philosophie der Medien*. Saarbrücken, VDM Verlag Dr. Müller, 2007. 136 S.
3. Ganguin S. Das «Kritische» an der Medienkritik. In Niesyto H., Rath M., Sowa H. (Hrsg.). *Medienkritik heute. Grundlagen, Beispiele und Praxisfelder. Medienpädagogik Interdisziplinär*. München, Kopaed, 2006, S. 71–86.
4. Hallenberger G., Nieland J.-U. Medienkritik revisited. In Hallenberger G., Nieland J.-U. (Hrsg.). *Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik?* Köln, Halem, 2005, S. 7–21.
5. Schmidt S.J. Zur Grundlegung einer Medienkritik. In Hallenberger G., Nieland J.-U. (Hrsg.). *Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik?* Köln, Halem, 2005, S. 21–41.
6. Hickethier K. Medienkritik – öffentlicher Diskurs und kulturelle Selbstverständigung / K. Hickethier. In Weßler H., Matzen Ch. (Hrsg.) *Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60. Geburtstag*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 1997, S. 59 – 67.
7. Weiß R. Wozu eine Kritik der Medienkritik? In R. Weiß (Hrsg.). *Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten. Mit Beiträgen von Joan Kristin Bleicher, Christiane Eilders u.a. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen*. Berlin, Düsseldorf, VISTAS, 2005, Bd. 48, S. 17–33.
8. Bleicher J.K. Medien kritisieren Medien: Formen und Inhalte intermedialer und medieninterner Medienkritik. In Weßler H., Matzen Ch. (Hrsg.). *Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Me-*

diengesellschaft. Dieter Roß zum 60. Geburtstag. Opladen, Westdeutscher Verlag, 1997, S. 77–88.

9. Roß D. Traditionen und Tendenzen der Medienkritik. In Weißer H., Matzen Ch. (Hrsg.). *Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60. Geburtstag*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 1997, S. 29–45.

10. Beuthner M., Weichert S. Und wer beobachtet die Medien? Über die Kritikfunktion und die blinden Flecken des Medienjournalismus. In Hallenberger G., Nieland J.-U. (Hrsg.). *Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik?* Köln, Halem, 2005, S. 41–59.

11. Lungmus M. Zu viel Durchblick stört: Das Dilemma des Medienressorts. In Beuthner M. (Hrsg.). *Die Selbstbeobachtungsfalle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005, S. 63–74.

12. 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).

13. Lee E.-J. That's Not the Way it is: How User-generated Comments on the News Affect Perceived Media Bias. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2012, no. 18 (1), pp. 32–45.

14. Craft S., Vos T.P., Wolfgang D.J. Reader Comments as Press Criticism: Implications for the Journalistic Field. *Journalism*, 2016, no. 17 (6), pp. 677–693.

15. Saenkova L. Media Criticism as an Important Part of Information-analytical Content of Foreign Media. In Dasaeva T.N. (ed.). *International Journalism 2012: Modern State and Directions of Development*. Minsk, 2012, pp. 99–106.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Игнатова И.Б. Медиакритика Германии: история и теория / И.Б. Игнатова, Е.С. Зубаркина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 3. — С. 512–523. — DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).512-523.

FOR CITATION

Ignatova I.B., Zubarkina E.S. Media Criticism in Germany: History and Theory. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, vol. 8, no. 3, pp. 512–523. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).512-523. (In Russian).