

УДК 007 : 304 : 070.13(430)(09)

Юлія Бондаренко**АЛЬТЕРНАТИВНА ПРЕСА — АКТУАЛЬНА ПРОБЛЕМА
НІМЕЦЬКОГО ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВА**

У статті зроблена спроба з'ясувати стан вивчення німецьким журналістикознавством альтернативної преси, як особливого сегмента ЗМІ, орієнтованого на певну цільову аудиторію. Автор розглядає праці таких вчених, як В. Бейвель, Х. Бромбах, Н. Бютефюр, К. Вайхлер, Б. Кесмаєр, П. Локк, К. Нітц, К. Ойрих, Х. Пюрер, Б. Хюттнер, К. Штамм, О. Ярен ін. і доходить висновку, що допоки немає системного дослідження, яке охоплювало б увесь комплекс проблем функціонування альтернативної преси Німеччини.

Ключові слова: альтернативна преса, контент, медіасистема, типологія, функції, *Gegegenöffentlichkeit* (контрпубліцистичність).

В статье сделана попытка выяснить состояние изучения немецким журналистиковедением альтернативной прессы, как особенного сегмента СМИ, ориентированного на определенную целевую аудиторию. Автор рассматривает труды таких ученых, как В. Бейвель, Х. Бромбах, Н. Бютефюр, К. Вайхлер, Б. Кесмаєр, П. Локк, К. Нитце, К. Ойрих, Х. Пюрер, Б. Хюттнер, К. Штамм, А. Ярен др. и делает вывод об отсутствии системного исследования, которое охватывало бы весь комплекс проблем функционирования альтернативной прессы Германии.

Ключевые слова: альтернативная преса, контент, медіасистема, типологія, функції, *Gegegenöffentlichkeit* (контробщественность).

The article attempts to clarify the state of the investigation of the alternative press by German journalism. It is as a special segment of the media, which is focused on a specific target audience. The author examines the works, which are dedicated to the study of alternative media, of such scholars as V. Beywl, H. Brombach, N. Bütfehr, K. Weichler, B. Kösmayr, P. Lock, K. Nitz, K. Eurich, H. Pürer, B. Hüttner, K. Stamm, A. Jarren and others and makes a conclusion that for the time being there is no systematic study that would cover all the complex problems of the German alternative press.

Key words: alternative media, content, media system, typology, functions, *Gegegenöffentlichkeit*.

Актуальність дослідження. Кожна країна має оригінальну національну медіа-систему, зумовлену суспільно-політичним устроєм, особливостями культурно-історичного розвитку та ментальністю. Відповідно цій системі формуються й типологічні моделі мас-медіа. Процес формування демократичної національної медіа-системи, який почався в Україні після отримання нею незалежності, характеризується наслідуванням загальноєвропейських традицій, зокрема типологічних моделей та професійних журналістських стандартів. Унікальність національної медіа-системи Німеччини та її типологічних особливостей полягає у функціонуванні такого особливого сегмента засобів масової інформації, як альтернативна преса, що з'явилася в Німеччині в 70-х роках ХХ століття в процесі соціальних рухів і репрезентує унікальний тип медіа, демократично орієнтований та не підвладний політичним впливам.

Ступінь розробки теми. Альтернативні медіа перебувають в колі актуальних наукових проблем сучасної науки про соціальні комунікації. Видання такого типу розглядаються як у структурі різних мас-медійних систем, так і окремо.

Актуальних аспектів типології та визначення альтернативної преси торкалися такі німецькі вчені, як В. Бейвель, Х. Бромбах, Н. Бютефюр, К. Вайхлер, Б. Кесмаер, П. Локк, К. Нітц, К. Ойрих, Х. Пюрер, Б. Хюттнер, К. Штамм, О. Ярен ін.

Українські вчені присвятили дослідженню преси Німеччини низку наукових робіт. О. М. Білоус досліджував сучасну аналітичну пресу Німеччини; В. В. Мальцева вивчала економічну проблематику на сторінках преси ФРН; О. О. Беляков розглядав екологічні проблеми на сторінках провідних газет Німеччини; А. В. Капуш, А. В. Маяковська, Т. В. Пешкова, А. А. Тютенко досліджували лінгвістичні аспекти німецької публіцистики. Водночас альтернативна преса Німеччини є новою та недостатньо дослідженою проблемою для українського журналістикознавства.

Мета статті — з'ясувати стан вивчення альтернативної преси німецькими дослідниками, висвітлити різні підходи до визначення терміну «альтернативна преса» та її типологізації.

Об'єктом дослідження є наукові роботи німецьких вчених, присвячені альтернативній пресі.

Предметом дослідження є обґрунтування дифініції «альтернативної преси» та принципи її типології.

Методи дослідження: описовий, історично-порівняльний, аналіз, синтез, контент-аналіз.

Концепція альтернативних видань визначається імпровізацією контенту, серед журналістських матеріалів приваблюють статті на життєві та побутові теми. Редакції мають тісний контакт з громадсько-соціальними рухами, певним чином підтримуючи їх.

Німецький термінологічний словник «Дуден» дає таке тлумачення прикметника альтернативний: «це вибір між двома можливостями» [5]. За словами А. Бубеніка «поняття чогось альтернативного вказує на протилежне відношення до чогось існуючого» [3, 248]. Б. Хюттнер уточнює, що саме в словосполученні «альтернативна преса» прикметник «альтернативний» позначає інші фундаментальні економічні й загальні форми організації виробничого процесу в видавничій та журналістській діяльності [7, 36]. Відтак слово альтернативний має значення протилежного, відмінного.

На сьогодні німецька наука про соціальні комунікації оперує кількома визначеннями альтернативної преси. Г. Хоффакер і П. Локк вважають, що альтернативна преса — це «так звані «міські газети», спрямовані суто на *Gegenöffentlichkeit* (контргромадськість), які з'явилися в німецькомовному просторі як супровід студентського повстання» [7, 30]. Б. Кесмаєр до альтернативної преси відносить «і «маленьке видавництво», і «міні-пресу», і «пресу андеграунду», і «видавництво однієї людини», і «неприбуткові видавництва». Працівники цих видавництв у німецькомовному інформативному просторі видають газети та журнали, не переслідуючи комерційної мети. Їхнім основним завданням є робота з аудиторією — створення кола однодумців, яке вони називають «сценою», «контркультурою», «контргромадськістю» або «субкультурою»» [8, 3].

М. Шибліський переконаний, що «альтернативна преса — це публікації, які укладає невелика група людей (редакційний колектив), яка характеризується плинністю робочої сили. Ці видання виходять невеликим тиражем, а отже з невеликим обігом продажу, без реклами і не мають успіху серед широкої публіки» [10, 2]. Автономна група a.f.g.i.k.a, ліберальна асоціація, вважає, що «альтернативні ЗМІ орієнтовані, насамперед, на традиційні, громадські ЗМІ, де їх завданням є виправлення існуючого контенту інформаційного змісту і його доповнення, вони виконують важливу функцію формування ліберальних

поглядів, їх особливим завданням є надання різних інтерпретацій соціальним і політичним протиріччям» [2].

К. Ойрих наголошує, що між масовою та альтернативною комунікацією існує безліч відмінностей, а «альтернативна преса — це дилетантська публіцистика, яка постає альтернативою існуючим ЗМК, в першу чергу саме місцевим ЗМІ» [6, 11]. В. Бейвель і Х. Бромбах акцентують увагу на тому, що, «альтернативна преса — мета, організація робочого процесу, комунікативна модель та політичне розуміння» [1].

Загально визнаним класичним вважається визначення альтернативної преси, запропоноване К. Вайхлером: «Це газети і журнали демократично структурованих редакційних колективів на підприємствах, які працюють за принципом відшкодування витрат і відмови від реклами. Вони переслідують мету створення *Gegenöffentlichkeit*, всупереч традиційній пресі» [11, 151]. Як бачимо, дослідник визначає цільову аудиторію та називає чотири головні ознаки, які вирізняють альтернативні ЗМІ: економіка і призначення, організація і процес роботи, моделі комунікації і розуміння політики, та формальні категорії такі, як дизайн і зміст.

У своїй роботі «Інші засоби масової інформації. Теорія і практика альтернативної комунікації» К. Вайхлер звертає увагу на три основні типоформувальні елементи альтернативної комунікації [11, 152–153]: нівелювання поділу комунікатор-реципієнт, достовірність інформації, зв'язок між комунікацією та діяльністю. Вчений пропонує двосторонній підхід до процесу комунікації: комунікатор-реципієнт. Реципієнти, за його словами, — це «рівноправні партнери і активно діючі суб'єкти» [11, 151–153]. Тобто вони мають право на власну думку щодо контенту медіа.

К. Вайхлер доходить висновку, що альтернативні ЗМІ відображають «реальність через досвід» [11, 151–153]. Отже, альтернативні медіа охоплюють ті регіони, які домінують у житті більшості, а також орієнтуються на ті групи населення, які, як меншість, здебільшого залишаються поза соціальною комунікацією.

Серед функцій альтернативних ЗМІ К. Вайхлер виокремлює те, що вони «не тільки повідомляють про соціальну напруженість і політичну боротьбу, а й стають дієвим фактором, суб'єктом боротьби» [11, 151–153]. Таким чином, альтернативні — це ті медіа, які є незалежними та покликани змінити існуючу соціально-політичну систему.

На думку К. Вайхлера, здебільшого дискусії про альтернативні ЗМІ це, так звані, «дебати про *Gegenöffentlichkeit*»: згідно з якими *Gegenöffentlichkeit* — це формування читацької аудиторії, яка повинна бути повною протилежністю існуючій, а медіа мають висвітлювати саме ті події, які приховані в сучасних ЗМІ: «Роками традиційна преса звинувачувалася лівими в тому, що не торкалася інтересів меншин, спотворювала події, маніпулювала аудиторією в інтересах капіталу» [12, 45–51]. Тобто головні дебати обертаються навколо формування якісно нової цільової аудиторії.

Газета чи журнал може вважатися альтернативним, якщо вона керується принципами, властивими альтернативним виданням. К. Вайхлер виділяє п'ять типів альтернативної преси: міські газети, міські журнали, місцеві тижневі газети, щоденні газети і тематично спрямовану пресу. Вони, у свою чергу, діляться на дві підгрупи: центральну підгрупу (міські газети, щоденні газети і тематично спрямована преса) і другою підгрупу (міські журнали і місцеві тижневі газети) [11]. У 1995 році Н. Бютефюр, редактор місцевого альтернативного видання в місті Мюнстер, уточнила цю класифікацію. У місцевій пресі вона виділяє два типи: міські газети та міські журнали, де міські газети діляться на підтипи: ініціативні, народні та сценічні газети [4]. Водночас дослідниця зауважує, що різниця між цими типами видавництва дуже незначна.

Дослідження Г. Хоффакера та П. Локка присвячені тематиці альтернативної преси [7]. Окремі теми цих газет, на їхню думку, були притаманні й традиційній пресі, зокрема, стан довкілля, антиядерний рух. Суто альтернативною тематикою німецькі дослідники вважають висвітлення жіночого руху, об'єднання наймачів, діяльність екологічних груп, політичних угруповань тощо.

Окремо слід назвати і популярні комерційні журнали такі як «Witty», «Tir» (м. Берлін) та «Ketchup» (м. Хайдельберг). Їхній контент здебільшого торкається професійної тематики, а оформлення є консервативним. Водночас чотирикольорова обкладинка, велика кількість фото, ідеальне розташування матеріалу, глянцева папір, репортажі та опис останніх подій з середовища молоді, з поп-середовища, інформація про цікаві заходи принесли їм популярність.

Б. Хюттнер і К. Нітц в роботі «*Bürgermedien. Neue Medien. Medienalternativen. 10 Jahre Alternativer Medienpreis*» (розділ «Медіа лівих до та після інтернетреволюції») зосереджують увагу на основних ета-

пах розвитку альтернативних медіа, визначають типологію альтернативної преси, визначають, за яким принципом медіа діляться на традиційні й альтернативні [7]. Дослідники переконані, що основним чинником цього поділу є поява нової читацької аудиторії — «Gegenöffentlichkeit з низів».

Основні принципи відмінності альтернативних ЗМІ від традиційних [7, 34] Б. Хюттнер відобразив у таблиці:

<i>традиційні ЗМІ</i>	<i>альтернативні ЗМІ</i>
репресивне використання ЗМІ	емансиповане використання ЗМІ
централізована програма	децентралізована програма
один канал, багато одержувачів	кожен одержувач — потенційний канал
імобілізація ізольованих індивідумів	мобілізація мас
пасивна взаємодія	інтерактивна участь, віддача
деполітизація	політичний процес навчання
створення окремими фахівцями	колективне створення
контроль власників	громадський контроль самоорганізацією

Враховуючи ці принципи, Б. Хюттнер та К. Нітц пропонують типологію альтернативних медіа першого покоління: газети — ініціативні газети, народні газети, сценічні газети, щоденні газети, газети висвітлення думок, газети членів асоціацій, партійні газети; журнали — міські ілюстровані журнали, професійні (фахові) журнали, наукові журнали [7]. Як бачимо, особливість функціонування альтернативних ЗМІ визначається передусім редакційною політикою та цільовою аудиторією.

Висновки. Головним каталізатором еволюції альтернативної преси стала читацька аудиторія, яка отримала назву Gegenöffentlichkeit, як публіцистичного феномена свого часу. Контент альтернативної преси характеризується широким колом тематичних інваріантів, які нерідко перегукуються з традиційними медіа. Поява Інтернету сприяла розвитку інших форм суспільного прояву. Також варто звернути увагу на те, що професіоналізм альтернативних ЗМІ значною мірою вплинув на суспільство та змінив його.

Однією з найскладніших проблем, що вирішується комунікативістикою, є визначення особливостей функціонування альтернативної преси.

Автори розглянутих праць, висвітлюючи ті чи інші аспекти альтернативної преси, як важливого сегменту сучасної національної системи німецьких ЗМІ, не утворюють системного дослідження, яке охоплювало б увесь комплекс проблем функціонування альтернативної преси Німеччини, проте засвідчують важливість обраної теми. Тож ситуація з альтернативною пресою в Німеччині в епоху глобалізаційних процесів має стимулювати її наукове вивчення в цій країні.

Альтернативна преса розглядається в контексті загальних тенденцій розвитку медіа. Її типологія, сучасний стан та еволюція, зумовлені особливостями функціонування. У німецькому журналістикознавстві існують різні підходи до визначення терміну «альтернативна преса» та її типології. Значний внесок у вирішення проблем визначення та типології німецької альтернативної преси зробив К. Вайхлер. Запропоноване ним визначення альтернативної преси, де зазначено її головні ознаки, вважається класичним. Б. Хюттнер та К. Нітц розробили типологію альтернативних медіа, врахувавши їхні сильні сторони та особливості виникнення. Тематику альтернативної преси Німеччини досліджували Г. Хоффакер та П. Локк. Отже, наукові здобутки щодо вивчення альтернативної преси німецьким журналістикознавством можна екстраполювати на український масмедійний ринок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Beywl W., Brombach H. Kritische Anmerkungen zur Theorie der Alternativpresse. Publizistik 27, Heft 4.* —, 1982, — S.570
2. *Blisset L., Bruenzels S. Autonome a.f.r.i.k.a.gruppe. Handbuch der Kommunikationsguerilla. Libertaere Assoziation.* — Hamburg, 1996. — S. 235
3. *Bubenik A. Eigene Anmerkungen zur alternativen Medienarbeit.* In: Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg): *Lokalkommunikation. Analysen. Beispiele. Alternativen.* — München. — 1980. S. 248
4. *Büteführ N. Zwischen Anspruch und Kommerz: Lokale Alternativpresse 1970–1993.* — Münster; New York: Waxmann, 1995. — S.553
5. *Duden. Das Fremdwörterbuch. 3 Auflage.* — Mannheim, 1974
6. *Eurich C. Aternativ-Publizistik. Handbuch der Massenkommunikation.* — München, 1981, — S. 367
7. *Hooffacker G. «Bürgermedien. Neue Medien. Medienalternativen. 10 Jahre Alternativer Medienpreis».* Verl. Hooffacker G. — München, 2009. — S. 156

8. *Käsmayr B.* Die sogenannte «Alternativpresse». Ein Beispiel für Gegenöffentlichkeit in der BRD und im deutschsprachigen Ausland seit 1968. — Gersthofen. Maro Verlag, 1974. — S.73
9. *Rösch-Sondermann H.* Bibliographie der lokalen Alternativpresse. Vom Volksblatt zum Stadtmagazin. — K G Saur. — München, New York, London, Paris, 1988. — S.156
10. *Schibilsky M.* Struktur — der Protestzug ins Land der Träume // Blätter des Bielefelder Jugendkulturrings. № 271. — 1973, — S.2
11. *Weichler K.* Die anderen Medien: Theorie und Praxis alternativer Kommunikation. — Berlin, 1987. — S.151–153.
12. *Weichler K.* Gegendruck: Lust und Frust der alternativen Presse. — Reinbek, 1983. — S. 267.

Одержана 12.10.2015