

АЛЬТЕРНАТИВНА ПЕРІОДИКА НІМЕЧЧИНИ В НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ АВСТРІЙСЬКИХ КОМУНІКАТИВІСТІВ

БОНДАРЕНКО Юлія,

аспірант,

Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, Суми, 40007, Україна, e-mail: pretty82@yahoo.com

У статті розглядаються праці австрійських учених, зокрема Д. Даунінга, Й. Дорер, Г. Кеттлера, Г. Ландштетера, Д. Раух, К. Фукса, присвячені альтернативній пресі Німеччини як якісно новому сегменту друкованих медіа. Просліджується еволюція теоретичної думки, зосереджується увага на основних принципах та засадах, що лягли в основу визначення поняття альтернативної преси, її специфіки та унікальності. Роль цього типу преси розглядається у контексті формування сучасного німецького інформаційного простору, його еволюції й трансформації.

Ключові слова: альтернативна преса, *Gegenöffentlichkeit* (контр громадськість), преса Німеччини, типологія.

Вступ. Збільшення кількості комунікаційних технологій та інформаційних систем зумовлює розвиток інформаційного простору, який становить невід'ємну частину сьогодення. В інформаційну еру докорінно змінюється роль медіа в суспільстві. Унікальність національної медіа-системи Німеччини та її типологічних особливостей полягає у функціонуванні такого особливого сегмента ЗМІ, як альтернативна преса. В умовах постійної глобалізації інформація відіграє роль своєрідного «містка» між державами. Саме тому для наукового дискурсу є важливим огляд досліджень австрійських учених, які традиційно приділяють значну увагу німецьким ЗМІ, зокрема альтернативній пресі Німеччини, що обґрунтовано історичним сусідством цих країн.

Альтернативні медіа перебувають у колі актуальних проблем сучасної науки про соціальні комунікації. Значну роль у вивченні німецької альтернативної преси відіграють дослідження європейських медіазнавців, де такий різновид представлений найширше. Видання вищезазначеного типу розглядаються як у структурі різних мас-медійних систем, так і окремо. Зокрема активно цікавляться альтернативною пресою австрійські дослідники (Д. Даунінг, Й. Дорер, Г. Кеттлер, Г. Ладштетер, Д. Раух, К. Фукс). Слід зазначити, що визначення альтернативної преси трапляється і в публікаціях деяких австрійських видань («Медіа-каталог 1992/93», анархістський журнал «TATblatt» тощо).

Медіа Німеччини в тих чи інших аспектах ставали об'єктом уваги українських науковців. Так, наприклад, О. Білоус досліджував сучасну аналітичну пресу Німеччини; В. Мальцева вивчала економічну проблематику на сторінках преси ФРН; О. Беляков розглядав екологічні проблеми на шпальтах провідних газет Німеччини; А. Капуш, А. Маяковська, Т. Пешкова, А. Тютенко та ін. досліджували лінгвістичні аспекти німецької публіцистики. Проте для українського журналістскознавства альтернативна преса Німеччини є новою та недостатньо дослідженою проблемою.

Мета статті – з'ясувати стан вивчення альтернативної преси Німеччини австрійськими дослідниками, висвітлити різні принципи й підходи щодо визначення терміну «альтернативна преса» та типологізації вищезазначеного різновиду друкованих медіа.

Об'єктом дослідження стала альтернативна преса Німеччини як якісно новий тип комунікації.

Предметом дослідження є наукові роботи австрійських вчених, присвячені обґрунтуванню дефініції «альтернативна преса».

Для проведення дослідження застосовані такі методи: описовий, історично-порівняльний, аналізу, синтезу та контент-аналіз.

Результати й обговорення. Із кінця 1960-х рр. у Німеччині в результаті незадоволення діяльністю традиційних ЗМІ виникає якісно новий тип преси – альтернативна. У результаті цих процесів виокремлюється частина читацької аудиторії, яка отримує назву «Gegenöffentlichkeit» – контргромадськість. Редакційні колективи, які беруться видавати альтернативну періодику, встановлюють тісний контакт із громадсько-соціальними рухами, певним чином підтримуючи їх. Концепція альтернативних видань визначається імпровізацією контенту, а серед журналістських публікацій перевага надається матеріалам на життєві та побутові теми.

Зрозуміло, що альтернативна преса як нова комунікаційна модель не могла не привернути увагу науковців. Передусім медіа-дослідники намагалися дати визначення вищезазначеному різновиду. Зосередили увагу на з'ясуванні сутності поняття «альтернативна преса» й австрійські учені.

На сьогодні австрійська наука про соціальні комунікації оперує кількома дефініціями. Так, наприклад, Й. Дорер альтернативними медіа вважає «газети, журнали, відео, вільне радіо, інформаційні агентства та міжнародні новини, програми даних та комп'ютерні мережі, які відрізняються від комерційних ЗМІ тим, що мають спільні риси» [3, с. 327]. Г. Кеттлер звертає увагу на те, що «альтернативні медіа є некомерційними і неприбутковими для альтернативної громадськості, вони видаються альтернативними групами, в їх основу покладені антикапіталістично-, антирасистсько-, антипатріархально-орієнтовані принципи» [2, с. 322]. К. Фукс вважає, що «альтернативні ЗМІ є протилежними традиційним, вони кидають виклик встановленим ієрархічним системам політики, економіки та культури й мають різні форми. Це ЗМІ, які кидають виклик домінуючим капіталістичним формам виробництва, медіа-структурам, змісту, розподілу і прийманню інформації» [5]. Для Д. Даунінга головною ознакою альтернативних медіа, які вчений ототожнює з радикальними, є їх альтернативне політичне бачення. «Під радикальними, тобто альтернативними ЗМІ, розуміють маломасштабні ЗМІ в різних їх формах, які виражають альтернативне бачення панівних політичних сил, пріоритетів і перспектив», – пише дослідник [4, с. 41].

Звернімо увагу на те, що на початку 90-х років ХХ століття редактори австрійського «Медіа-каталогу 1992/93» дали таке визначення альтернативній періодиці: «Це ЗМІ з некомерційним змістом, поверхові, незалежні, оскільки вони відповідають інноваційно-орієнтованим на майбутнє, демократичним, автентичним та партисипаторним принципам і суперечать традиційним ЗМІ» [10, с. 36]. Це ті газети, що «стоять по інший бік від медіаконцернів «Axel Springer AG» («Аксель Шпрингер SE»), «Bauer» («Бауер»), «Hubert Burda» («Хуберт Бурда») і «Gruner+Jahr» («Грунер унд Яр»), концернів-лідерів на газетному ринку» [10, с. 37]. В австрійському анархістському журналі «TATblatt» читаємо: «Під альтернативними ЗМІ ми розуміємо, у першу чергу, не доповнення, корективи або відгалуження інших ЗМІ, а зброю та інструменти, які використовуються в «альтернативній» – тобто антипатріархальній, антикапіталістичній, антирасистській, політичній та соціальній боротьбі у вигляді демонстрацій, страйків, відмов, особистих інтерв'ю тощо» [12, с. 1].

Як бачимо, наведені визначення доповнюють одне одного, підкреслюючи багатогранність альтернативних медіа. Розмаїттям позначені й принципи функціонування вищезазначеного різновиду засобів масової комунікації.

Й. Дорер присвятила альтернативним медіа кілька своїх досліджень. У праці «Нові соціальні рухи та їх медіа» вчена зосереджує увагу на особливостях функціо-

нування альтернативної преси, зокрема соціальній функції: «Невід’ємним елементом комплексної роботи альтернативних ЗМІ є просвітницька діяльність, а особливості функціонування альтернативної преси полягають в стабілізації суспільства» [3, с. 33–34]. У роботі «Структура й економіка альтернативної преси. Складова некомерційних ринків преси» Й. Дорер визначає характерні ознаки альтернативної преси, торкається її типології. Для того щоб пояснити відмінність альтернативних ЗМІ від традиційних, медіа-дослідниця поділяє останні на дві групи: комерційні й некомерційні, а у сфері радіовиробництва додає ще й третю – державно-правові [2, с. 328]. Альтернативні ЗМІ вона відносить до некомерційних, а терміни «некомерційні» й «альтернативні медіа» вважає синонімами.

Виокремлюючи два медіа-ринки (комерційний і некомерційний), Й. Дорер наголошує, що ключовим поняттям для них є цільова аудиторія. Зокрема стимулом розвитку для некомерційних ЗМІ, наголошує науковець, стала нова читацька аудиторія («Gegenöffentlichkeit»).

Дослідниця акцентує увагу на таких ознаках «Gegenöffentlichkeit»:

- суб’єктивність;
- сприйняття медіа як інформаційного, освітнього, культурного і політичного органу, а не товару;
- робота на некомерційній основі (відмова від прибутку);
- колегіальне ухвалення рішень для запобігання авторитаризму;
- використання простих методів та доступного технічного оснащення;
- редакційні виробничі процеси характеризуються незалежністю, самовизначенням та автономією, в яку входять неформальні структури. Вони організовані ієрархічно через складність виробничих процесів і необхідність використання досвіду кожного співпрацівника [2, с. 332].

Характерними рисами альтернативної преси, на думку Й. Дорер, є:

- наявність ознак прогресивної субкультурної основи, тобто соціальних протестів;
- дотримання об’єктивної соціальної позиції у висвітленні інформації;
- наявність контенту, спрямованого на цільову аудиторію («Gegenöffentlichkeit»);
- відсутність економічної вигоди [2, с. 330–331].

Г. Кеттлер у роботі «Альтернативні видання Австрії. Емпіричне дослідження» простежує процес формування читацької аудиторії у надрах соціального руху, або, як він ще його називає, «альтернативного руху». Автор зупиняється на внутрішніх функціях альтернативних ЗМІ в ході альтернативних рухів, таких як: ведення запальних дискусій, відображення загальних життєвих проблем, спільних інтересів і дій. Альтернативні медіа, на думку Г. Кеттлер, виконують ті ж функції, що і комерційні ЗМІ в традиційному суспільстві. Як носії прогресивних поглядів, вони інформують, сприяють комунікації та виносять на обговорення конфлікти. «Тенденцією альтернативних ЗМІ до професіоналізації є пошук балансу між дотриманням традиційних функцій альтернативної комунікації та підпорядкуванням принципам комерційної масової інформації», – засвідчує дослідник [7, с. 322].

Г. Кеттлер вказує на хисткість межі поняття «Gegenöffentlichkeit», а відтак на нечіткість розуміння частини тієї частини суспільства, яке не належить до «Gegenöffentlichkeit». Головне завдання формування «Gegenöffentlichkeit», на думку дослідника, полягає «у сприйнятті об’єктивної інформації, її критики та мобілізації субкультурами» [7, с. 31].

За Г. Кеттлером, субкультура – це частина суспільства, «яка відрізняється своєю поведінкою (культурою) від більшості» [7]. До неї належать такі угруповання, як-от: готи, панки, репери, скінхеди, байкери, металісти та інші. Дослідник вважає характерними для цієї аудиторії такі ознаки:

- участь у редакційних заходах;
- навчання кандидатів якостям читацької аудиторії – «Gegenöffentlichkeit»;

- чіткий ступінь автентичності;
- формування редакцій навколо добровільних об'єднань;
- утворення власних субінтерпретацій поведінки у межах загально визначених норм [7].

Г. Ландштетер у роботі «В боротьбі за виживання: альтернативна преса» [9] називає кілька основних критеріїв альтернативних медіа. На думку автора, мотивацією діяльності альтернативних ЗМІ є не економічні причини (робота за наймом), а політична діяльність, яка спрямована на боротьбу проти існуючої політичної та економічної системи. Наступною рисою є об'єктивність та повнота висвітлення інформації, істина фактів, а не закони бізнесу як єдиний критерій якості публікацій. Альтернативні медіа не переслідують маркетингових інтересів: критичний політичний контент є пріоритетом в силу принципу істини над змістом. Вирішальними є змістовні читацькі дискусії, невеликі тиражі (недопустимість збільшення тиражу за рахунок якості змісту). Читач альтернативної преси прирівнюється до медіа-працівника, в ідеальних випадках реципієнти взаємодіють із редакцією. Ще однією складовою альтернативних медіа є самоексплуатація: через недостатність фінансування всі альтернативні ЗМІ більшість діяльності забезпечують власними ресурсами. Не менш важливим для альтернативних медіа є намагання збільшити цільову аудиторію: альтернативні ЗМІ намагаються за допомогою своїх скромних коштів впливати на громадську думку. Свобода слова й думки, творчість та політична воля, на думку Г. Ландштетера, можуть бути реалізовані незалежно від капіталістичних ринкових механізмів. Важливий аспект в діяльності альтернативних ЗМІ – це створення єдиної мережі. Як правило, це тенденція до співпраці між собою у тематично і політично суміжних галузях. Ці об'єднання є, з одного боку, підтримкою інфраструктури, а з іншого – є представниками інтересів політики уряду та медіа-громадськості альтернативних ЗМІ. «Такі мережі, – за словами дослідника, – базуються на матеріально-правовій основі, вони є неформальними і мають низький професійний рівень, тому що професійні мережі для альтернативних ЗМІ є дуже дорогими. Швидка зміна кадрів ускладнює роботу цих об'єднаних мереж. До роботи в мережі належить і виплата заробітної платні співробітникам альтернативних медіа» [9, с. 217–218].

На думку Г. Ландштетера, існують певні вимоги щодо реформ, які сприятимуть розвитку альтернативних ЗМІ:

- зміна фінансової політики щодо друкованих видань: оплачуваним повинен бути не тираж, а робота редакції;
- законне встановлення вільних радіостанцій, без доходів від реклами, підтримка відкритих програмних структур, а також базове фінансування для створення безпервної роботи;
- необмежений доступ до цифрових мереж. Цільове змістовне та інфраструктурне фінансування в галузі медіа-мистецтва і мережевої культури. Виробничі платформи мають бути децентралізовані, а доступ до навчальних центрів та центрів виробництва ЗМІ безкоштовним [9, с. 214–215].

За словами Г. Ландштетера, альтернативні ЗМІ є авангардом журналістики, вони покликані створити нову суспільну систему, продовжуючи підтримувати вже сформований соціальний устрій [9, с. 216].

На особливу увагу заслуговує робота К. Фукса «Альтернативні медіа – медіа-критик», в якій учений піддав критиці типологію теорій альтернативних ЗМІ, запропановану О. Бейлі, Б. Кемертсом і Н. Карпентьєром [1, с. 30–31]. Як відомо, вони визначили чотири основні підходи до з'ясування сутності альтернативних ЗМІ.

У першому підході стверджується, що роль читацької аудиторії у формуванні тематично-проблемного контенту альтернативних медіа є головною. За другим підходом центральне місце в дискусіях посідає протиставлення альтернативних медіа, які є маломасштабними, незалежними, неієрархічними, з недомінуючим дискур-

сом, традиційним, тобто великомасштабним, державним або комерційним, з ієрархічною структурою та панівним державницьким дискурсом. Третій підхід розглядає альтернативні ЗМІ як контррегемоністські, які є органом громадянського суспільства і займають проміжну позицію між державними ЗМІ та комерційними медіа. Четвертий підхід відносить альтернативні медіа до протестних, які є реляційними, тому що спираються на різні групи протестних рухів, поєднуючи локальне і глобальне, встановлюючи різні типи відносин ринку та/або держави.

На думку К. Фукса, ця типологія є цікавою, але необґрунтованою. Чотири підходи базуються не на основних теоретичних відмінностях, а обираються довільно.

Слід зазначити, що довільну вибірку підходів намагається пояснити Д. Раух, яка визначає такі складові альтернативних ЗМІ: альтернативний контент, альтернативні канали, альтернативні джерела та альтернативні цінності [11, с. 994–995]. Суб'єктно-об'єктне визначення, як вважають німецькі вчені Б. Хюттнер та К. Вайхлер [13], може бути як відмінність між процесами і пошуком контент-орієнтованих підходів у галузі альтернативної медіа-теорії. Процеси самоорганізації виробництва є центральними характеристиками альтернативних ЗМІ.

Названі підходи вивчення альтернативної преси, на думку К. Фукса, не враховують діяльність усіх опозиційних ЗМІ, які професійно функціонують в інформаційному просторі. Дослідник порівнює функції німецьких альтернативних медіа з функціями такої британської альтернативної періодики, як «New Internationalist» (із тиражем понад 70 000 екземплярів, найбільше видання лівого сектору у Великобританії), «Le Mond Diplomatik» (найбільш важливе альтернативне видання в умовах глобалізації), «Z-Magazine», «Historical Marxism», «Mansly Review», і звертає увагу на те, що вони піддають критиці традиційні ЗМІ, професіоналізм їхніх редакційних колективів. Учений застерігає, що не всі громадяни можуть стати журналістами. Відтак, на його думку, «найбільшим недоліком є те, що опозиційні видання, які не мають самоорганізованої структури виробництва, не віднесені до альтернативних ЗМІ» [5, с. 173]. Дослідник пропонує розрізняти різні типи альтернативних мас-медіа, які могли б ефективно функціонувати в інформаційному просторі.

Таким чином, підходи до вивчення альтернативних ЗМІ в основному зорієнтовані на самоорганізовані маломасштабні медіа, які залучають до діяльності звичайних громадян. Недоліком у такому підході є й те, що такі ЗМІ, залишаючись неефективними, не матимуть конструктивного політичного потенціалу, тому що не зможуть ефективно впливати на масову аудиторію й брати участь у громадській боротьбі. Такі медіа, як правило, охоплюють незначну аудиторію, відтак доступні тільки окремим групам і не отримують доступу до широкої політичної комунікації. Альтернативні ЗМІ М. Кнохе визначає як «альтернативне гетто» (район в місті, нетрі), яким не вистачає ресурсів, а отже, політичного впливу, що загрожує залишитися невпливовими та без фінансової підтримки [8, с. 10]. Водночас важливо підкреслити, що альтернативне гетто не підходить для підтримки та просування великомасштабних політичних процесів.

За К. Фуксом, критеріями якості альтернативних ЗМІ залишаються: підготовка читацької аудиторії, професіоналізм журналістів, формат видань, медіа-організаційні структури та розподіл функцій в редакціях. Звичайний громадянин може стати журналістом, а це означає постійний контроль громади. Окремі особи або групи людей, які мають потребу у вирішенні тих чи інших проблем, стають журналістами, зацікавленими особами. Така журналістська практика здебільшого є частиною практики протестного руху. Читачі стають продуцентами, відтак аудиторія стає активною. Дослідник наголошує, що альтернативні ЗМІ виконують функції медіа-критики.

У суспільстві, на переконання вченого, такі медіа мають вирішальне значення через наявність у них п'ятьох ознак:

1. Заперечення заперечення на рівні контенту. Зміст викликає інтерес, на його основі альтернативні ЗМІ намагаються привернути увагу до реалізації нерозвинених можливостей суспільства. Такі медіа не приймають існуючі соціальні структури, якими вони є, і не зацікавлені в суспільстві, яким воно є, а зацікавлені в тому, яким воно має бути.

2. Заперечення заперечення на рівні форми. Форма критичних альтернативних ЗМІ налаштовує свідомість читача так, що він може уявити прогресивні можливості розвитку суспільства.

3. Діалектичний реалізм на рівні контенту. Критичний медіа-контент є як діалектичним, так і реалістичним. Перш за все, він зосереджується на реалістичному припущенні, що існує світ поза пізнанням, який може бути сприйнятим, проаналізованим, опублікованим, підданим критиці й зміненим. Завдання альтернативних ЗМІ полягає в розкритті й виявленні сутності його існування, яке є ідеологічно спотвореним. Альтернативні ЗМІ розглядають соціальні явища, не враховуючи інструментальний розум та одновимірну логіку.

4. Діалектичний реалізм на рівні форми. Діалектичний реалізм означає, що форма, яка є за своєю сутністю суперечливою, включає в себе розрив, зміну, неідентичність та динаміку.

5. Матеріалістичне вираження інтересів, що переважають на рівні контенту. Критичний медіа-контент є матеріалістичним, оскільки описує явища і проблеми не в контексті абсолютних ідей і заданого суспільного розвитку, а з точки зору розподілу ресурсів і соціальної боротьби. Головним є те, що основні ресурси нерівномірно розподілені в сучасному суспільстві [5, с. 175–176].

Отже, К. Фукс звертає увагу на те, що некомерційні, непрофесійні, маломасштабні органи ЗМІ, які використовують альтернативні форми розподілу редакційних функцій, можуть у певних ситуаціях, зокрема, коли їм необхідно мобілізувати місцеве населення та самоорганізувати зацікавлених громадян, набувати ознак альтернативних медіа. Професійні ЗМІ, які зорієнтовані на широкі маси, можуть бути задіяні в тих ситуаціях, коли ЗМІ спрямовані на масштабні трансформації суспільства та маніпулювання свідомістю мас (підвищення рівня поінформованості, комплексного мислення і критичної свідомості). На думку вченого, альтернативні медіа класифікуються головним чином за принципом виробництва і прийому інформації, її продукування та споживання: тимчасова, синхронна або асинхронна; а також відповідно до просторової спільної присутності або спілкування на відстані між виробництвом і споживанням [5, с. 190–192]. Таким чином, у поле зору дослідника потрапила вся сукупність системних характеристик альтернативної преси: її функціональні, компонентні, змістові, економічні, технологічні, аудиторні параметри.

Висновки. Таким чином, австрійські дослідники альтернативної преси, зокрема Д. Даунінг, Й. Дорер, Г. Кеттлер, Г. Ладштетер, К. Фукс, торкаються процесу виникнення, еволюції цього типу періодики, історико-теоретичної реконструкції альтернативної преси в німецькій системі ЗМІ та з сучасних методологічних засад пропонують її дефініцію і типологію. Роботи цих вчених поглиблюють дослідницький дискурс щодо особливостей зародження, формування, розвитку альтернативної преси в Німеччині, її взаємодії з іншими сегментами й складовими інформаційного простору, а також засвідчують наукову значущість альтернативної періодики, де формується новий тип комунікації, нові професійні стандарти та особливості.

1. *Bailey O. Understanding Alternative Media. Maiden-head / O. Bailey, B. Cammaerts, N. Carpentier. – London : Open University Press, 2008. – P. 30–39.*

2. *Dorer Johanna. Struktur und Ökonomie der «Alternativpresse». Eine Bestandsaufnahme des nichtkommerziellen Zeitschriftenmarktes am Beispiel Österreich / Johanna Dorer // Publizistik. Vierteljahreshefte für Kommunikation, Heft 3. – Wiesbaden, 1995. – S. 327–344.*

3. *Dorer Johanna*: Neue soziale Bewegungen und ihre Medien / Johanna Dorer / Marschik, Matthias/ Glattau, Robert // Medienverzeichnis 1992/93. Gegenöffentlichkeit und Medieninitiativen in Österreich. – Wien: Turia & Kant, 1992. – S. 36–47.
4. *Downing J. H.* Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements / J. H. Downing. – London : Thousand Oaks, Sage, 2001. – P. 41–63.
5. *Fuchs Christian*. Alternative Media as Critical Media / Christian Fuchs // European Journal of Social Theory 13 (2) . – Salzburg, Austria, 2010. – S. 173–192.
6. *Hoffacker G.* Bürgermedien. Neue Medien. Medienalternativen. 10 Jahre Alternativer Medienpreis / G. Hoffacker. – München : Hoffacker G. Verlag, 2009. – 156 s.
7. *Kettler Gerhard*. Die alternative Tageszeitung in Österreich. Empirische Studie / Gerhard Kettler. – Wien, 1997. – 322 s.
8. *Knoche M.* Freie Radios? Frei von Staat, Markt und Kapitalismus / M. Knoche // Medien Journal 27(4). – Salzburg, 2003. – S. 4–19.
9. *Ladstätter Gerhard*. Vernetzung im Kampf ums Überleben: Alternative Medien / Gerhard Ladstätter // SWS Rundschau, Band 41. – Wien, 2001. – S. 214–233.
10. *Medienverzeichnis*: Gegenöffentlichkeit und Medieninitiativen in Österreich 1992/93. Wien : Turia & Kant, 1992. – 382 s.
11. *Rauch J.* Activists as Interpretive Communities: Rituals of Consumption and Interaction in an Alternative Media Audience. Media, Culture & Society / J. Rauch. – Long Island University, USA : Sage 29(6), 2007. – P. 994–1013.
12. *TATblatt*: einer vom Alternativmedien und alternativen Öffentlichkeiten // TV-NEWS 6/98. – Wien. – S. 1–3.
13. *Weichler K.* Die anderen Medien: Theorie und Praxis alternativer Kommunikation / K. Weichler. – Berlin, 1987. – 601 s.

UDK 007 : 304 : 070.13(430)(09)

German Alternative Periodicals in the Scientific Discourse in Austrian Journalism

Bondarenko Julia, PhD student

Sumy State University, 2, Rymskogo-Korsakova st, Sumy, 40007, Ukraine, e-mail: prettty82@yahoo.com

In this article the works of Australian scientists, in particular D. Downing, J. Dorer, G. Kettler, G. Landstätter, D. Rauch, K. Fuchs, which are dedicated to alternative press in Germany as a qualitatively new segment of the print media, are examined. The author traces the evolution of the theoretical thought, focusing on the basic principles and conditions which have formed the basis for the definition of the alternative press, its specificity and uniqueness. The role of this type of press is considered in the context of the formation of the modern German information space, its evolution and transformation.

Key words: alternative press, Gegenöffentlichkeit, press of Germany, typology of periodicals.

Альтернативная периодика Германии в научном дискурсе австрийских коммуникативистов

Бондаренко Юлия

В статье рассматриваются работы австрийских ученых, в частности Д. Даунинга, И. Дорер, Г. Кеттлера, Г. Ландштеттера, Д. Раух, К. Фукса, посвященные альтернативной прессе Германии как качественно новому сегменту печатных СМИ. Автор прослеживает эволюцию теоретической мысли, сосредоточивает внимание на основных принципах и условиях, которые легли в основу определения понятия альтернативной прессы, ее специфики и уникальности. Роль этого типа прессы рассматривается в контексте формирования современного немецкого информационного пространства, его эволюции и трансформации.

Ключевые слова: альтернативная пресса, Gegenöffentlichkeit (контробщественность), пресса Германии, типология газетной периодики.

Стаття надійшла до редакції 01.11.2015