

УДК 811.112

УКРАЇНА У ПРОСТОРИ АВСТРІЙСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

Борисенко Ю.А.

Київський міжнародний університет

Досліджено проблеми рецепції образу України в австрійських засобах масової інформації. Розглянуто стан і особливості друкованих видань країни. Основну увагу приділено виявленню аспектів сприйняття України в ЗМІ Австрії.

Ключові слова: Австрія, ЗМІ, ОБРАЗ України, концепт, «тривожна лексика».

Постановка проблеми. Набуття Україною незалежності, прагнення українців до всебічної інтеграції в західний світ, драматизм суспільно-політичних процесів останніх років, зростання інтенсивності міжнародних культурних контактів, зумовили «присутність» України в масовій свідомості євроатлантичної спільноти.

Оскільки для більшості представників західного світу безпосереднє знайомство з Україною є неможливим, головним джерелом постачання відомостей про нашу державу і чинником формування уявлень про неї є мас-медіа, які «виступають посередником в передачі існуючої інформації та продукуванні нових інформаційних приводів» [6]. Відтак факт зростання кількості згадок та публікацій про Україну на шпальтах західних видань можна розглядати як свідчення появи інтересу до колишньої радянської республіки. З цієї нагоди ще на початку 2000-х років О.А. Бутирський зазначив, що «на зміну тривалому ігноруванню українського фактора західними ЗМІ прийшло зосереджене спостереження за цим уламком пострадянського простору» [3, с. 53].

Аналіз попередніх досліджень. Поступово наростання євроінтеграційних процесів, прагнення України до входження в ЄС і участі в міжнародних організаціях зумовили закономірний інтерес вітчизняних науковців до характеру сприйняття незалежної України в свідомості західного світу. Відтак, на сьогоднішній день існує чимало більш-менш системних досліджень з даної проблематики, авторами яких є Д. Богущ, О. Бойко, О. Бутирський, О. Зубик, Ю. Кирилов, В. Королько, Є. Макаренко, В. Рибаченко, О. Швець, В. Шкляр, В. Чалий та ін.

Однак у дослідженнях цих та інших фахівців розглядаються переважно питання рецепції та іміджу України в мас-медіа провідних країн – в англомовному світі (США, Великобританія), в ЗМІ Німеччини, а також Франції (Т. Созонець та Л. Кім; І. Стукан та І. Сопіга). Водночас поза зоною системної дослідницької уваги опинилося питання щодо особливостей «присутності» і характеру сприйняття України в ЗМІ Австрії, які просто опинилися «у затінку» преси Німеччини, яка має в Австрії силь-

ний вплив. Тому австрійська періодика (власне, як, по старій традиції, і література) найчастіше береться до уваги лише як частина загальнонімецького мовного простору.

Окрім цього, більшість статей названих авторів з'явилися ще у «нульових», а відтак не відображають тих змін, що відбулися у свідомості західної аудиторії внаслідок подій Майдану і в постмайданний час.

Відтак, **актуальність** обраної теми зумовили:

а) накопичення достатньої кількості медіа-матеріалів для створення цілісного образу України та українців у західних ЗМІ;

б) необхідність для держави, яка прагне бути конкурентоспроможною на міжнародній арені, зрозуміти ставлення до себе у світі, у тому числі й в Австрії, з якою Україна має давні не лише культурні й мистецькі, але й геополітичні (якщо використовувати сучасну термінологію) зв'язки;

в) недослідженість даної проблеми.

Мета пропонованої розвідки полягає у виявленні основних граней заломлення образу України в австрійській періодиці.

Досягнення поставленої мети вимагало розв'язання кількох дослідницьких завдань:

1. виявлення особливостей і ролі періодичних видань в житті австрійської спільноти;

2. з'ясування характеру «української тематики» в періодиці Австрії.

Виклад основного матеріалу. Насамперед зазначимо, що преса Австрії характеризується кількома особливостями.

По-перше, періодика Австрії має достатньо тривалу історію, оскільки саме в австрійських землях, у Відні, почала виходити «Wiener Zeitung», яка на сьогоднішній день є однією з найстаріших газет світу: вона була заснована ще 1703 року. Серед інших найстаріших друкованих видань Австрії – газета «Die Presse», що базується у Відні. Видання було засноване в часи Революції 1848–1849 років підприємцем Августом Пангом за прикладом паризької «La Presse»; перший номер вийшов 3 липня. Виходить щодня (крім неділі) на 32 шпальтах, в суботу – на 50.

По-друге, в Австрії, як, мабуть, в жодній іншій країні Європи, не існувало такої стійкої традиції читати пресу в кафе чи в ресторані, не лише у столиці, а й у маленьких містах та селах. Ця традиція пов'язана з тим, що у XVIII ст. у віденських кав'ярнях продавалися газети (до появи патенту на цензуру Йосифа II); вона була надзвичайно актуальною ще навіть наприкінці XX століття. Сьогодні ця традиція починає поступово згасати через динамізацію життя та зростання популярності онлайн-видань. Попри це, серед людей середнього і особливо старшого віку друковані видання, як і раніше, є популярними.

Ще однією характерною прикметою австрійської періодики є існування надрегіональних і місцевих газет, а також газет окремих політичних партій, профспілок тощо. Однак, якщо у Німеччині перевага надається здебільшого місцевим (регіональним) газетам, то в Австрії – загальнонаціональним виданням, які виходять у Відні, зокрема, «Wiener Zeitung», яка є офі-

ційним органом уряду Австрійської республіки, «Die Presse», «Kurier», «Der Standard» та ін.

Унаслідок концентрації друку, а також низки інших факторів, за останні 30 років майже вдвічі скоротилося число щоденних газет – від 30 до 17, хоча водночас виріс їх загальний тираж.

Останніми роками відбувається активна бульваризація газет, в яких аналіз поступається місцем сенсацій, помітним заголовкам, розважанню читачів. Сьогодні саме бульварна газета «Нойє кронен цайтунг» («Neue Kronen Zeitung», засн. 1900), яку зазвичай називають «Кронен Цайтунг» («Kronen Zeitung») або коротко – «Кроне» («Krone»), має найбільший тираж і є наймасовішою в Австрії. Ступінь поширення – 30,5%: її читацька аудиторія нараховує 3 млн. осіб (при тому, що населення Австрії становить 8 млн.) [5]. Характерною особливістю газети є проста мова і короткі статті [7, с. 25–25].

Назагал, кілька провідних газет, зокрема, «Neue Kronen Zeitung» (бл. 500 тис. примірників) та «Kurier» (1954, бл. 400 тис. примірників) [1] покривають більше 50% читацького попиту.

За таких умов друковану періодику Австрійської республіки можна розглядати як один з головних засобів формування образу України в масовій свідомості австрійців.

Водночас, оскільки окремі факти самі по собі неспроможні створити цілісний образ об'єктивної реальності і відтворюють її лише фрагментарно, в сучасному світі медіа не стільки інформують, скільки відповідним чином *інтерпретують* факти, продукуючи і більш-менш агресивно нав'язуючи стереотипи, за посередництва яких маніпулюють громадською думкою і створюють «потрібну» картину дійсності.

Оскільки стереотипи мислення формуються здебільшого під впливом емоційного ставлення людей до тієї чи іншої події, важливим чинником створення образів реальності, в тому числі й української, в медіа є експресивно забарвлена. Найвні дослідження мас-медійного простору засвідчують, що оцінні одиниці в текстах ЗМІ утворюють цілісну систему мовних знаків, за посередництва яких відбувається моделювання образу тієї чи іншої країни.

Проаналізовані тексти інформаційно-аналітичних статей німецьких та австрійських видань засвідчують, що одним з основних напрямків розгортання образу України в медіа-просторі Австрії став вектор «влада – держава – народ», що включає у себе й сприйняття постатей перших осіб держави як таких, що у першу чергу впливають на формування її іміджу в світі.

У цьому контексті прикметним є доволі негативний медіаобраз колишнього проросійського наштатованого президента України В. Януковича.

Так, зокрема, у публікації від 20 травня 2010 р., засуджуючи тодішню київську владу, «інтереси якої, схоже, лише в тому й полягали, щоб подобатися Москві», регіональна австрійська газета на економічну тематику «Das Wirtschaftsblatt» («Економічний вісник»; вона була закрита 2016 р.) створювала відверто негативний образ українського президента

через актуалізації контрасту антропологічних характеристик Януковича та тодішнього президента РФ і використання сатирично насичених метафор «політичного важковаговика» і «кімнатного песика», пор.:

*Der ukrainische Präsident Viktor Janukowitsch, der mehr als 110 Kilogramm wiegt und die Höhe von 1,95 hat-neben dem seinem relativ schwachen russischen Kollegen Dmitri Medwedew (1,58) verwandelt sich der politische **Schwergewichtler** in einen **Zimmerhund*** ("Das Wirtschaftsblatt", 20.05.10).

Негативної оцінки в австрійських ЗМІ зазнала й та «кривава бійня», яку «за сценарієм Москви» влаштував Янукович у Києві, пор.:

*Der russische Präsident Wladimir Putin will der Zar eines Großrussland werden, die Europäische Union hat sich diesem Wunsch gefälligst unterzuordnen. Anders lassen sich das **Blutbad** in der Ukraine und der von Präsident Viktor Janukowitsch ausgerufene "Anti-Terror-Kampf" nicht erklären. [...] Es ist seltsam zu sehen, wie Janukowitsch vor Moskau im übertragenen Sinne "auf den Hinterbeinen steht"* ("Wiener Zeitung", 20.02.14).

Медиаобраз України в австрійських ЗМІ формується також через рецепцію основних подій 2013–2018, що кардинально змінили і країну, і народ.

Зокрема, високу оцінку в австрійських друкованих ЗМІ отримали євроінтеграційні прагнення українців. Так, наприклад, у статті з промовистою назвою "Kiew ist Europa" («Київ – це Європа») у "Wiener Zeitung" зазначається, що Київ є Європою: "Denn Kiew ist **Europa**, und die ukrainische Bevölkerung **orientiert sich insgesamt und überwältigend am europäischen Lebensstil**". При цьому українська столиця ставиться в один ряд зі столицями країн Євросоюзу в риторичному запитанні щодо того, якби масові розстріли – такі як в Києві – сталися у Римі, Варшаві чи Відні, пор.:

Was würde die EU wohl unternehmen, wenn sich Ähnliches in Rom, Warschau oder Wien abspielte? ("Wiener Zeitung", 20.02.14).

У великому матеріалі "Über zehntausend Ukrainer feierten EU-Visafreiheit" в "Kurier-i", присвяченому наданню Україні безвізу, ідентифікація українців як європейців відбувається через цитування висловлювання члену німецької Партії Зелених Ребеки Хармс, пор.:

Die Visabefreiung für Ukrainer sei ein "lange erwarteter und überfälliger Schritt", betonte die deutsche Grüne Rebecca Harms. "Damit signalisieren wir der Ukraine, dass sie zu uns gehört" ("Kurier", 11.06.17).

Україна згадується в австрійських ЗМІ і у зв'язку з так званою «газовою проблематикою». Тема газу і української газотранспортної системи є надзвичайно актуальною для австрійського суспільства через транзит через України до країн Західної Європи російського газу, що й викликає інтерес до цієї галузі української економіки і проблем «газового шантажу» з боку Росії.

Так, наприклад, ще 2010 року, оцінюючи так звані «Харківські угоди», "Der Standard" зазначала, що домовленість про флот доводить, що

ціна російського газу для Києва є політичною і коштуватиме країні поступок щодо її суверенітету – на додачу до існуючих проблем з економікою, пор.:

Also steht die Ukraine vor der Wahl – noch ein Stück ihrer Souveränität abzugeben oder Einnahmen für den Energietransit zu verlieren, was ein wichtiger Faktor im bereits erfolglosen Staatshaushalt ist. ("Der Standard", 20.05.10).

Ще один напрямок моделювання образу України в австрійських ЗМІ реалізується через актуалізацію концептів «СХІД УКРАЇНИ» та «ВІЙНА НА СХОДІ».

Негативні смисли, що визначають один з головних векторів розгортання образу України в медіа-просторі Австрії, транлюються також за рахунок широкого використання іменників, що можуть бути віднесені до одиниць так званої «тривожної лексики», на кшталт: der Krieg – *війна*, der militärische Konflikt – *військовий конфлікт*, die Annexion – *анексія*, die Besetzung – *окупація*, Krise in der Ukraine – *криза в Україні*, der ukrainische Konflikt – *український конфлікт*, die Intervention in die Ukraine – *інтервенція в Україну*, die Aggression gegen die Ukraine – *агресія проти України*, die Opfer des Krieges – *жертви війни*, der Tod – *смерть* тощо та їх похідних, пор.:

*Im Osten der ehemaligen Sowjetrepublik dauerten unterdessen die **Kämpfe** zwischen ukrainischen Regierungstruppen und den von Russland unterstützten **Separatisten** an. Seit Samstag seien vier ukrainische Soldaten **getötet** und vier **verletzt** worden, teilte das Militär am Sonntag mit.* ("Kurier", 11.06.17);

*Russland hatte kurz darauf die ukrainische Halbinsel Krim besetzt und **annektiert**. Die ukrainische Armee **kämpft** zudem seit drei Jahren gegen **prorussische Aufständische**, die weite Gebiete im Osten des Landes kontrollieren. In dem **Konflikt** wurden bereits mehr als 10.000 **Menschen getötet**, die Bemühungen um eine friedliche Lösung stecken fest. Kiew beschuldigt Moskau, die **Separatisten militärisch** zu unterstützen, Moskau bestreitet das.* ("Kurier", 11.06.17).

За посередництва цих та інших мовних знаків Україна стереотипізується у масовій свідомості австрійців не лише як країна економічної, політичної, але й безпекової нестабільності.

Висновки. Наведені приклади засвідчують, що позитивну оцінку в австрійській пресі отримують передусім проєвропейські прагнення українців. Натомість негативними оцінками конотаціями маркуються деструктивні суспільно-економічні і політичні явища в житті України та факт військового конфлікту. Дослідження заявленої у заголовку проблеми засвідчує, що австрійські ЗМІ моделюють образ України для внутрішнього споживача медійної продукції як образ країни, яка – попри економічну скруту й зовнішню агресію – націлена на європейське майбутнє.

Перспективи дослідження. У запропонованій розвідці окреслено лише деякі основні вектори розгортання медіаобразу України в австрійських ЗМІ. Їх поглиблення та деталізація, а також виявлення нових аспектів визначають подальший напрямок дослідження.

Список літератури:

1. Австрия // Страны мира. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2002. – С. 6–13.
2. Блавацький С. Стереотипізація образу українців в західних медіа / Сергій Блавацький // Сучасна медіакультура: контент, концепції, перспективи (українсько-польський досвід): колективна монографія / [Й. Лось, С. Гавронський, Т. Лильо, М. Уліга та ін.]. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – С. 360–367.
3. Бутирський О.А. Україна у дзеркалі західних ЗМІ / О. Бутирський // Вісн. Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Сер. Журналістика. – 2003. – Вип. 11. – С. 53–54.
4. Завгородня І. Образ України в Німеччині: країна контрастів [Електронний ресурс] / Інна Завгородня. – Режим доступу: <http://www.dw.com/uk/>.
5. Печатные средства массовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advantageaustria.org/international/zentral/business-guide-oesterreich/zahlen-und-fakten/auf-einen-blick/medien.ru.html>.
6. Стукан І.П. Імідж України у французьких і німецьких друкованих засобах масової інформації [Електронний ресурс] / Стукан Ірина Павлівна, Сопіра Іван Сергійович. – Режим доступу: <https://naub.oa.edu.ua/2010/imidzh-ukrajiny-u-frantsuzkyh-i-nimetskyh-drukovanyh-zasobah-masovoji-informatsiji/>.
7. Weber S. Nachrichtenkonstruktion im Boulevardmedium. Die Wirklichkeit der “Kronen Zeitung” / Stefan Weber. – Wien: Passagen Verlag; Auflage, 1995. – 272 s.

Борисенко Ю.А.

Киевский международный университет

УКРАИНА В ПРОСТРАНСТВЕ АВСТРИЙСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ**Аннотация**

Исследованы проблемы рецепции образа Украины в австрийских средствах массовой информации. Рассмотрены состояние и особенности печатных изданий страны. Основное внимание уделено выявлению аспектов восприятия Украины в СМИ Австрии.

Ключевые слова: Австрия, СМИ, ОБРАЗ Украины, концепт, «тревожная лексика».

Borisenko Yu.A.

Kyiv International University

UKRAINE IN AUSTRIAN MEDIA**Summary**

Researched the problems of reception of the image of Ukraine in Austrian mass media. Considered the state and features of printed editions of the country. The main attention is paid to revealing aspects of Ukraine's perception in the media of Austria.

Keywords: Austria, mass media, the image of Ukraine, concept, "disturbing vocabulary".