

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**



**СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ
АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО
СУСПІЛЬСТВА**

**МАТЕРІАЛИ VII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ, АСПІРАНТІВ, ВИКЛАДАЧІВ ТА СПІВРОБІТНИКІВ**

(Суми, 18-19 квітня 2019 року)

**Суми
2019**

Yuliia Bondarenko,

PhD in Sozialer Kommunikation, Sumier Staatliche Universität

Dariia Lobanok,

Studentin, Sumier Staatliche Universität

AUSGABEN VON RANDGRUPPEN IM KONTEXT DER ALTERNATIVEN PRESSE DEUTSCHLANDS

Die alternative Presse ist eine einzigartige Art von Zeitschriftenmedien, die die intra-typologischen Merkmale besitzt. Die wichtigsten typologischen Merkmale alternativer gedruckter Publikationen sind ihr Aussehen, Periodizität, Verbreitungsgebiet, Funktions- und Verwendungszweck. Die Untersuchung der deutschen Erfahrung im Zusammenhang mit der Entwicklung alternativer Zeitschriften ist für die ukrainische Wissenschaft wichtig, da sie in den Massenmedien des europäischen Raums einzigartig ist.

Alternative Ausgaben richten sich sowohl an ein breites als auch an ein individuelles Publikum: Mitglieder von Bürgervereinigungen, Anhänger der politischen Ideologie der Linken, Fachleute aus der Industrie, die wissenschaftliche Gemeinschaft, spezifische (Randgruppen), Anhänger der Untergrundkunst, Flüchtlinge, Migranten sowie Männer, Frauen, Jugendliche und Kinder[1,S.13].

Der Zweck dieser Arbeit ist, die Funktionsmerkmale und die bestimmenden Merkmale der redaktionellen Richtlinien einer bestimmten (Rand-) Alternativpresse in Deutschland herauszufinden. Das Ziel dieser Arbeit ist, alternative Printmedien, insbesondere Systemspezifikationen und Redaktionsrichtlinien, zu beschreiben. Ausgaben, die auf bestimmte Gruppen abzielen oder Themen behandeln, die sich auf die oben genannten Gruppen beziehen, sind auf dem deutschen Medienmarkt weit verbreitet. Zu diesen Gruppen gehören sozial schwache Bevölkerungsgruppen - Gefangene, Obdachlose, LGBT-Gemeinschaften, Menschen mit Behinderungen, Flüchtlinge usw. [1, S. 13]

Eine der bekanntesten Ausgaben in dieser Gruppe ist die Zeitschrift «ohrenkuss ... darein, daraus». Dies ist die einzige deutsche Ausgabe, deren Autoren der Texte Menschen mit Down-Syndrom sind. Sogar der Name der Veröffentlichung ist eine Fantasie einer der Autoren. Etwa 20 Redakteure arbeiten mit der Zeitschrift zusammen. Die wird seit 1998 alle sechs Monate veröffentlicht. Die Zeitschrift ist zu einem Forum für Menschen mit Down-Syndrom geworden, was zweifellos zur Stärkung ihres Selbstbewusstseins beigetragen hat. Jede Ausgabe enthüllt ein bestimmtes Thema, zum Beispiel: Liebe, Arbeit, Musik, Sport, Lesen, Brief, Mode. Die Themen werden von der Redaktion ausgewählt, die aus den Autoren zusammengesetzt ist. Beispielsweise widmet sich № 15, im Jahr 2005 dem Thema "Mongolei", das bei den Autoren M. Browze, V. Lama, A. Fritzen nach dem Besuch dieses Landes erschienen ist; № 13 im Jahr 2004 - dem Thema "Mode", dessen Idee entstand, nachdem das Foto-Shooting mit den Autoren durchgeführt wurde. Der Zeitschrift wird auch online vertreten [2].

Die Zielgruppe «KIDSaktuell. Magazin zum Down-Syndrom» sind Eltern, Angehörige und medizinisches Personal, die sich mit Kindern beschäftigen, die an Down-Syndrom leiden. Die Zeitschrift wird zwei Mal im Jahr herausgegeben und kostenlos an Ärzte, Schulen und Kindergärten im Raum Hamburg verteilt. Die Ausgabe ist in Abschnitte unterteilt: «Schule, Bildung», «Freizeit», «Geschlechtsreife», «Gesundheit» und andere. Die Zeitschrift zeigt ein breites Themenspektrum: rechtliche, medizinische und soziale Unterstützung von Familien, in denen es Kinder mit der oben genannten Krankheit leben: «Inklusion in die Hamburger Schulen: Ist es wirklich?», «Menschen mit Behinderungen: Welche Probleme haben sie und welche Rechte haben sie» (№ 29, 2014); «Hamburger Union zur Inklusion in Schulen», «Unterstützung bei der Berufsorientierung», «Mit Down-Syndrom auf dem Arbeitsmarkt» (№ 32, 2015). Die Ausgabe ist online präsentiert [3].

Seit 1989 erscheint die Jahreszeitschrift «IRRTU (R) M». Seine Leser sind Menschen mit psychischen Erkrankungen, die für Depressionen und Krisen anfällig sind. Die Zeitschrift hat 155 Seiten. Die veröffentlicht Materialien, in denen die Erfahrung des Kampfes von Autoren mit psychischen Krankheiten dargestellt wird.

Der Zweck der Zeitschrift ist Ängste und Vorurteile in der Gesellschaft zu beseitigen, Diskussionen über Psychiatrie und psychische Probleme anregen und unterstützen [4].

Der größte Teil alternativer Medien für bestimmte Gruppen veröffentlicht Publikationen für solche Gruppen als Gefangene und Obdachlose. Die Zeitschrift «BISS» ist die erste Ausgabe in Deutschland für Obdachlose. Sie stammt aus dem Jahr 1993. Das ist eine monatliche Ausgabe. Der Zweck der Zeitschrift ist zu ermutigen Bürger, die sich in sozialen Schwierigkeiten befinden, sich selbst zu helfen. Das Vorbild für die Nachahmung war die Londoner Zeitung der Obdachlosen «London Road The Big Issue ». Im Gegensatz zur Londoner Ausgabe arbeiten in der Münchner Zeitschrift freiberufliche Obdachlose, die da mit Profis tätig sind (sie sind Fotografen und freie Journalisten).

Die Zeitschrift «BISS» hat Auflage von 38.000 Exemplaren, wird auf den Straßen von etwa 100 Verkäufern verteilt, von denen 51 fest angestellt sind. Die Zeitschrift ist Mitglied des internationalen Netzwerks von Straßenausgaben. Der Verkaufspreis beträgt 2,20 Euro, davon verdienen die Verkäufer 1,10 Euro. Der Umsatz der Veröffentlichung beträgt 500 Tausend Euro. Weitere 500.000 Euro in Jahr werden dank Spenden und Sponsoren verdient [5]

Die Zeitschrift «Respekt!» in Deutschland ist die einzige überregionale Zeitschrift der Vertreter der LGBT-Gemeinschaft, das unregelmäßig seit dem Jahr 2005 herauskommt (2-3 einmal im Jahr) in Köln, die Auflage beträgt 12 Tausend Exemplare. Der Umfang der Ausgabe beträgt 24 Seiten. Die Zeitschrift wird in Beratungsstellen und Geschäften für LGBT-Gemeinschaft erhalten und mehr als viertausend Leser abonnieren diese Zeitschrift. Der Zweck der Ausgabe ist die Unterstützung der gleichgeschlechtlichen Ehe, das Recht die Kinder zu adoptieren, die systematische Eingliederung solcher Begriffe als Homosexualität und Familie in die Gesellschaft, die Förderung angemessener Wahrnehmung der Familien ihre homosexuellen Kinder. In der Ausgabe vom 4. März 2006 wurden zum Beispiel folgende Materialien veröffentlicht: "Der Triumph der Transsexuellen: Das Bundesverfassungsgericht fordert Änderungen der Gesetze", "Homophobie in Europa", "Homosexuelle Proteste in der DDR aus Sicht des Staatssicherheitsdienstes",

Wege zum Familienleben: Vormundschaft und Adoption"; Nr. 21, Dezember 2014: "Freiheit ist ansteckend: das Manifest in Berlin gegen Homophobie", "Gender ist das Recht von jedem", "Gleichgeschlechtliche Ehen und ihre Rechte", "Das Recht auf Adoption: die unentschlossenen Handlungen der Leiter".

Eine kleine Anzahl auf dem Markt der alternativen Medien ist durch die Veröffentlichungen für solches Publikum wie Flüchtlinge und Migranten vertreten. Ein markantes Beispiel ist die Zeitschrift «Asylmagazin». Die Ausgabe richtet sich jedoch auch an Migranten und Flüchtlinge sowie Richter und Anwälte, Personal für Einwanderungsberatungszentren, Verwaltungen, Wohltätigkeitsorganisationen, Kirchen, Gewerkschaften und Universitäten. Die Zeitschrift erscheint neunmal im Jahr in Berlin 1,4 Tausend Exemplare. Die Ausgaben enthält Informationen über die rechtlichen und sozialen Fragen: neue Urteile zu Anmeldungen und Wohnsitzen der Migranten, Flüchtlings- und Asylgesetze, Staatsbürgerschaft, Änderungen im Sozialrecht, Die Informationen werden regelmäßig aktualisiert laut der neuen Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte. Die Zeitschrift hat solche Überschriften: «Arbeit und Erfahrung», «Projekte und Initiativen», «Bildung», «International Veranstaltungen», «Aufenthaltsrecht», «Sozialrecht», «Andere Rechte»[6].

Der Inhalt der regionalen Zeitschrift «Der Schlepper» richtet sich auch an Flüchtlinge. Die erscheint viermal im Jahr in Kiel seit 1997. Der Name der Zeitschrift wird von der Redaktion erklärt: "The Shlepper (von einem deutschen Wort Schlepper) ist ein kleines Boot, das an der Küste liegt und ist bereit zu helfen, den ausländischen Schiffen erfolgreich im Hafen festzumachen. Auf diese Weise soll Der Schlepper Menschen helfen, die aufgrund von Kriegen oder politischer Verfolgung in einem fremden Land Asyl suchen und hoffen, ein Bleiberecht und die Solidarität der aufnehmenden Partei zu finden. Die Zeitschrift informiert über rechtliche und soziale Fragen: "Wer hat das Recht, Asyl zu gewähren", "Flüchtlingsunterbringung", "Flüchtlingskinder", "Flüchtlingsarbeit", "Europäische Flüchtlingspolitik" usw.

Alternative Printmedien verlieren nicht an Relevanz, bleiben in der deutschen Gesellschaft gefragt, werden jedoch nicht mehr mit einer stark oppositionellen

Medienstruktur identifiziert, sondern gelten als immanenter Teil des Massenmediendiskurses. Die Bildung des alternativen Medienmarktes ist noch nicht abgeschlossen. Daher gehört das Problem der Untersuchung der Besonderheiten der Funktionierung alternativer Ausgaben, unserer Ansicht nach, zu Perspektiven der sozialen Kommunikationsforschung und erfordert wissenschaftliche und theoretische Untersuchungen.

Literatur:

1. Hüttner B., Leidinger C., Oy G. Printmedien, Freie Radios, Archive & Verlage in der BRD, Österreich und der Schweiz. Neu-Ulm: AG SPAK Bücher, 2011. S. 13
2. [Elektronische Resource]: <http://ohrenkuss.de>
3. [Elektronische Resource]: <http://www.kidshamburg.de/doc/magazin-kids-aktuell.php>
4. [Elektronische Resource]: <http://www.irrturm.info/>
5. [Elektronische Resource]: <http://biss-magazin.de>
6. [Elektronische Resource]: <http://www.asyl.net>

Yuliia Bondarenko,

PhD in Sozialer Kommunikation, Sumier Staatliche Universität

Valentyna Nemesh,

Studentin, Sumier Staatliche Universität

METHODEN ZUR SCHAFFUNG DES IMAGES DER «THE COCA-COLA COMPANY»

Dr. John S. Pemberton, ein Apotheker aus Atlanta, hat 1886 das Coca-Cola-Getränk entdeckt. Das wurde als eine Mischung aus Wasser und Sirup, das als Heilmittel gegen eine Vielzahl von Krankheiten wie Kopfschmerzen, Erkältungen und Nervenerkrankungen, angeboten. Dieses Getränk wird in mehr als 200 Ländern in der