

МЕДІЙНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ШКОЛАХ ЄВРОПИ В ОПТИЦІ МАТЕРІАЛІВ АГЕНЦІЇ «УКРІНФОРМ»

Алла Коваленко
к. філол. н., доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації
Одеський національний морський університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6750-9133>

Анотація. У розвідці проаналізовано журналістський контент агенційної журналістики щодо способу представлення в медіа української мови як засобу збереження ідентичності та кроскультурної комунікації в Європі. Виокремлено основні наративи та засоби їх фреймування в комплексі з інформуванням про роботу української держави, посольств, представників діаспори щодо вивчення української мови як другої іноземної в контексті формування образу української освіти, євроінтеграційних процесів та вписування теми в дискурс європейських медіа.

Еміграція українців протягом російсько-української війни поставила перед державою й мігрантами нові проблеми та виклики адаптації у нових культурних умовах, новому соціальному середовищі тощо. Водночас спротив у війні, прагнення до єднання, бажання зберігати свою етнічну пам'ять зумовлюють діяльність українців у напрямку формування культурної дипломатії: популяризації своєї мови, культури, її активне вивчення.

Проблема мультикультурної комунікації, роль української мови як чинника культурної дипломатії та інтеграції є предметом багатьох теоретичних досліджень науковців. О. Семенов, І. Кушнір, А. Козак, Л. Близнюк [1] та інші аналізують міжкультурну комунікацію в контексті викладання іноземних мов, формування мовної та соціокультурної компетентності. А. Степаненко, О. Кучерук і Г. Путята [2] вивчають мовну інтеграцію українських біженців у Німеччині, викладання на уроках української мови інфомедійної грамотності та формування комунікативної компетентності українських дітей. Але дослідження на перетині теорії

міжкультурної комунікації, медіадосліджень, соціолінгвістики, педагогіки та агенційної журналістики не мало комплексного вивчення.

«Укрінформ» [4] як одна з якісних державних агенцій безпосередньо популяризує українську освіту у власній державі та за кордоном, інформує про різні ініціативи МОН України щодо співробітництва в галузі освіти у світі, як от проєкт Олени Зеленської щодо коаліції глобальних українських студій, академічної мобільності, відкриття шкіл, садочків за кордоном тощо.

У питанні вивчення української мови як другої іноземної для українців, поляків, німців тощо в багатьох країнах Європи агенція займається просуванням пілотного проєкту протягом 2025-2026 років, з одного боку, офіційно інформуючи і координуючи дії батьків українських дітей-біженців, з іншого – формує європейський академічний дискурс щодо ролі освіти й медіа у підтримці культурної ідентичності українських школярів за кордоном. Специфіка агенційної журналістики, яка забезпечує інформацією інші медіа, дозволяє оперативно та якісно подавати новини, тому цій темі було присвячено ряд повідомлень про запровадження згаданого проєкту в Британії, Німеччині, Італії, Польщі, Франції, Румунії, Болгарії [4] тощо. Фактично, це медіа здійснює огляд європейських країн, де були відкриті програми. У різних рубриках «Суспільство», «Освіта», «Діаспора» вміщено ряд матеріалів щодо урядової ініціативи за підтримки української діаспори, діяльності посольств та сприяння урядів Німеччини, Польщі, Британії тощо.

Спостерігаємо наратив про українську мову як засіб збереження національної ідентичності. Новинні матеріали з цієї теми оформлені у відповідній стилістиці: супроводжуються повторювальним зображальним контентом – фото учня біля дошки, який записує актуальні для українських біженців слова: «роз'єднати», «кур'єр», «від'їзд», що є свідченням формування образу українського школяра в медіадискурсі [4]. У формуванні образу як і в цілому наративу використовуються елементи емоційного фреймінгу на кшталт заголовкових та підзаголовкових комплексів: «Українську в Польщі вивчають і поляки, і українці», «Майбутнє української

мови у школах Франції...» [4]. Іншим засобом впливу стають думки експертів: «Якщо ми не оберемо українську мову як іноземну... ми власноруч *підпишемо вирок* ... Ми покажемо, що українська мова у Франції *не потрібна самим українцям*. Ми не маємо права на таку *байдужість!* Кожен ваш голос – *це цеглинка у фундамент нашої культурної дипломатії* на захист української мови у Франції» [4]. Загальній меті слугує фактаж: повідомлення про почергове приєднання до проекту шкіл з різних країн, допомога дипломатичних служб підручниками, сприяння різних фондів тощо.

В аналітичних матеріалах простежуємо наратив про українську мову як інструмент інтеграції в полікультурний європейський простір: «це чіткий сигнал, що українська перетворюється на *міжнародну мову*. Російська мова...втрачає своє значення. Це не лише підтримка української громади, а й інструмент протидії російським наративам в Європі» [4]. У статті з елементами гуманітарного й емоційного фреймінгу «*Новий тренд у школах Європи – вивчення української мови*» [4] з послідовною аргументацією наголошується на популярності української як іноземної та спрямованості програми на інофонів: «вивчають *і поляки, і українці*» [4]; узгодженості програми викладання з європейськими стандартами CEFR, членстві України в Європейській асоціації екзаменаційних рад з іноземних мов (ALTE) тощо. На думку журналістів, на українську мову в Європі існує попит, підтверджений досвідом Польщі, Німеччини, і вона «*дедалі впевненіше* займає своє місце в європейському освітньому просторі, стаючи *мовою майбутнього...*» [4].

Актуалізацією вивчення української мови як іноземної, до прикладу в Німеччині, «Укрінформ» активно сприяє розвитку міжкультурного медійного дискурсу в аспекті посилення міжнародної співпраці у сфері освіти та сприяння україномовного контенту в європейських медіа. На думку Я. Остахової та А. Коваленко [3], у Німеччині освітніми проектами щодо українців переймаються журналісти місцевих медіа «Deutsche Welle», «Deutsche Schulportal», публікації яких «орієнтовані як на німецьке суспільство, аби привернути увагу до проблеми й подати реальну картину

сьогоднішньої ситуації, познайомити з українськими біженцями та проблемами... так і на українців, які можуть знайти відповіді на деякі питання» [3, 156]. Серед актуальних проблем ці медіа називали функціонування Willkommensklassen, відсутність кадрів, які володіють українською мовою, перевантаженість, адаптацію до нових підходів тощо.

Таким чином, в агенційному контенті «Укрінформу» можемо виокремити декілька наративів, які простежуються на рівні проблематики, моніторингу ініціатив з поширення програми вивчення української як іноземної, представлення української мови як засобу збереження національної ідентичності та міжкультурної комунікації із залучення інофонів. Цьому підпорядковані вербальні, візуальні та емоційні засоби репрезентації теми та специфіка подачі новин в агенційній журналістиці, що у свою чергу сприяє міжнаціональному діалогу, розвитку міжкультурного медійного дискурсу, посиленню міжнародної співпраці в освіті з допомогою поширення україномовного контенту в європейських медіа.

Література:

1. Козак А., Близнюк Л. Міжкультурна комунікація у вивченні німецької мови. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2021. Вип. 12(80). С. 143–146.
2. Кучерук О., Путята Г. Формування інфомедійної грамотності дітей українців на уроках української мови в німецьких школах. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Педагогічні науки*. Вип. 2 (113). С. 245-272.
3. Остахова Я., Коваленко А. Випробування освітою для українських школярів у Європі (на матеріалах медіа). *Актуальні питання інформаційної діяльності: теорії та інновації*: зб. матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної конференції, Одеса, 20-21 березня 2024 р. / під заг. ред. В. Г. Спрінсяна. Одеса : Одеська політехніка, 2024. С. 149-158.
<http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/15253>
4. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/> (дата звернення: 05.05.2026)