

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

Факультет журналистики

Кафедра новых медиа

Кто из изданий-"осси" выжил, и почему, и какой была эволюция их позиций
и взглядов.

студента V курса д/о (гр. 515)

БУХАРОВОЙ М.А.

Научный руководитель – к.ф.н.

ЗАСУРСКИЙ И.И.

Москва-2014

Кто из изданий-"осси" выжил, и почему, и какой была эволюция их позиций и взглядов.

В данной работе я собираюсь рассказать о судьбе печатных изданий восточной Германии после воссоединения страны, которое состоялось 3 октября 1990 года за счет вхождения ГДР и Западного Берлина в состав ФРГ, и образования на присоединённых территориях шести новых земель в соответствии с конституцией ФРГ. Необходимо отметить, что на всех присоединенных землях была введена в действие конституция ФРГ 1949 года. Таким образом, сразу становится понятно, что процесс объединения Германии произошел скорее как процесс поглощения западной частью восточной. В ФРГ не переняли положительных моментов, существовавших в ГДР, а сразу ввели правила и законы ФРГ во всех сферах жизни – от экономической до духовной. Безусловно, очень ярко и наглядно это отразилось на СМИ. Однако для начала обратимся к истории.

СМИ ГДР были организованы централизованно на государственном уровне. Сразу после окончания войны для открытия нового СМИ надо было получить лицензию (на американской территории – американскую, на советской – советскую и т.д.) На советской территории необходимо было обратиться в советскую военную администрацию, которая кроме выдачи лицензий, имела и свое собственное информационное бюро. Лицензии выдавались исключительно партийным организациям, и в дальнейшем их деятельность находилась под контролем пресс-бюро Центрального комитета. С 1946 года общая немецкая служба новостей (с 1953 становится государственной организацией) заботилась о предоставлении списка рекомендуемых тем для журналистов. Доставка осуществлялась исключительно с помощью немецкой почты. Ее монополия позволяла убирать несоответствующие издания из почтовых списков, так что они не могли быть доставлены.

В 1988 году в ГДР было 1812 печатных изданий с общим тиражом 43 миллиона экземпляров. Среди них было 39 ежедневных газет с тиражом 9,7 миллионов экземпляров. 17 из них были партийными, в том числе надрегиональный центральный печатный орган „Новая Германия“ с тиражом 1,1 млн и единственная бульварная газета ГДР "BZ am Abend". Таким образом, мы видим, что все издания были в той или иной степени подконтрольны партии.

После падения стены ФРГ провозгласила «разнообразие прессы» в качестве основной концепции. Теперь пресса ГДР должна была быть приватизирована и начать функционировать по рыночным законам. Газеты ГДР стали быстро раскупаться западногерманскими сильными концернами, которые дешево покупали издательства вместе со всем оборудованием и быстро окупали свои затраты. Партийные органы так же продавались большим западногерманским издательствам. На тот момент не существовало антимонопольной службы, поэтому сильные концерны еще более усилились, а слабые издательства не имели никаких шансов выжить на медиа - рынке. Таким образом, создание справедливого и равного для всех участников рынка стало невозможным. Покупательский бум на газеты-осси был стремительным, но коротким. Все газеты быстро были раскуплены концернами.

Между 1989 и 1991 были основаны 26 новых издательств, которые контролировали 61 локальное издательство. Параллельно в 1991 году начали издаваться 43 газеты западногерманских издательств. В январе 1991 ассортимент достиг своего пика: 341 ежедневная газета, 325 редакционных изданий, 42 самостоятельные ежедневные газеты, из них 42, основанных на бывших изданиях ГДР, однако зачастую с новым названием. Кроме того существовало 33 редакционных издания западногерманских материнских концернов, которые должны были распространяться в Восточной Германии.

В целом издавалось 358 изданий. После этого вскоре наступил спад, и издания стали массово закрываться.

Теперь рассмотрим восточногерманские издания, которые выжили и попытаемся понять почему.

«Neues Deutschland»

Одна из газет ГДР, которая издается и сейчас, ориентируясь преимущественно на аудиторию Восточной Германии. Её слоган: «ежедневная социалистическая газета». В 1946 году на советской территории объединились социал-демократическая и коммунистическая партии. Газета стала центральным органом социалистической единой партии Германии (СЕПГ) и концентрировалась на освещении деятельности партии и помещении фотографий министров на заседаниях. Безусловно, она была исключительно пропагандистским инструментом, однако, от других газет той же направленности отличалась высоким качеством печати и большим форматом. Издание по праву называло себя самой читаемой надрегиональной газетой ГДР. После объединения долгое время главным редактором газеты был Юрген Ренц, один из основателей партии «Зеленых». Газете удалось сохранить часть аудитории за счет того что ее направление осталось неизменным. Безусловно, сейчас ее читают в основном люди старше 50 лет, ностальгирующие по временам ГДР. «Neues Deutschland» не удалось стать газетой социалистов нового поколения, молодежи. Но она и не стремилась к этому. На протяжении всей истории последних лет они сохраняли приверженность традициям. Если посмотреть последний выпуск газеты, мы можем полностью убедиться в этом: на первых 4-х полосах расположены материалы о новостях СДПГ, затем одна полоса посвящена партии «Зеленых», остальные – рубрикам международных новостей, экономике и культуре соответственно. Стоит отметить, что международные новости передаются довольно сухо, и не занимают много места.

Таким образом, мы видим, что «Neues Deutschland» удалось выжить исключительно за счет сохранения традиций, нацеленности на традиционную аудиторию бывших жителей ГДР. Безусловно, в ближайшие годы газете придется пересмотреть свою редакционную политику, чтобы сохранить хотя бы существующий тираж в 43 тысячи экземпляров (1 миллион до падения стены), потому что средний возраст читателя – 60 лет.

«Junge Welt»

Эта газета была второй по тиражу после молодежной «Junge Welt», которая продолжает издаваться и сейчас. Это ежедневная газета с марксистской направленностью. После воссоединения издание было приватизировано и много раз меняло владельца. Новую жизнь газета начала, когда ее приобрел Герман Л. Гремлиц в 1994 году. Однако владельцы считали нужным изменить политику редакции, поэтому начались многочисленные замены главных редакторов. Часть первоначальной редакции ушла, основав контр-проект «Junge World». Объем газеты пришлось сократить с 24 до 16 полос, убрали рубрики «женщины», «СМИ», «окружающая среда». В 1996 году издание организовало международную конференцию имени Розы Люксембург, которая с тех пор стала проводиться ежегодно во вторую субботу января. В 2004 году газете пришлось сменить формат на так называемый широкий Берлинский, однако журналисты следуют старым правилам правописания (в 2000 годах в Германии была проведена реформа правописания, в соответствии с которой многие правила были упрощены). Однако в «Junge Welt» одними из первых отказались от проведения реформы на своих страницах, чем привлекли к себе внимание левых противников реформы.

В 2012 – 13 годах издание практически обанкротилось, однако уже в ноябре 2013 года редакция сообщила, что ситуация перестала быть критической, и газета продолжит свое существование.

Газета разительно отличается от «Neues Deutschland». Она ориентирована на молодежь, занимается продажей календарей с Че Геварой, организует лекции по марксизму, международные конференции, антифашистские митинги и демонстрации. Однако своей деятельностью вызывает и критику консервативных кругов. Несколько лет назад разразился скандал, когда политолог Даниэль Килперт назвал газету антиссионистской из-за преуменьшения, по его мнению, в статьях антисемитских позиций иранского президента Махмуда Ахмадинежада. Так же газету не любят неонационалисты, которые не раз устраивали различные неприятности в офисе издательства.

Что касается современного вида газеты, то его главная тематика-это антифашистские новости. На первых полосах - всегда новости об антифашистах в разных странах. Например, в последнем номере от 28 ноября 2014 года главной темой стали протесты в Греции против правящего режима. Отдельные рубрики посвящены репортажам и аналитике событий из Египта, Украины. Международные новости передаются с точки зрения левых, зачастую радикально левых.

Несмотря на то что тираж газеты всего 18500 экземпляров (ничтожно мало по сравнению с миллионными тиражами во времена ГДР), редакции удалось вовремя сориентироваться на молодого левого читателя, а в современной Германии левые движения довольно популярны в студенческой среде, и посредством организации лекций и конференций в университетах возникает возможность привлечения нового читателя. Однако молодежь ориентирована на цифровой формат, поэтому вряд ли стоит ожидать существенного увеличения тиража в будущем.

«Berliner Zeitung»

Газета «Berliner Zeitung» была основана сразу после окончания войны 21 мая 1945 года, и первое время была печатным органом командования

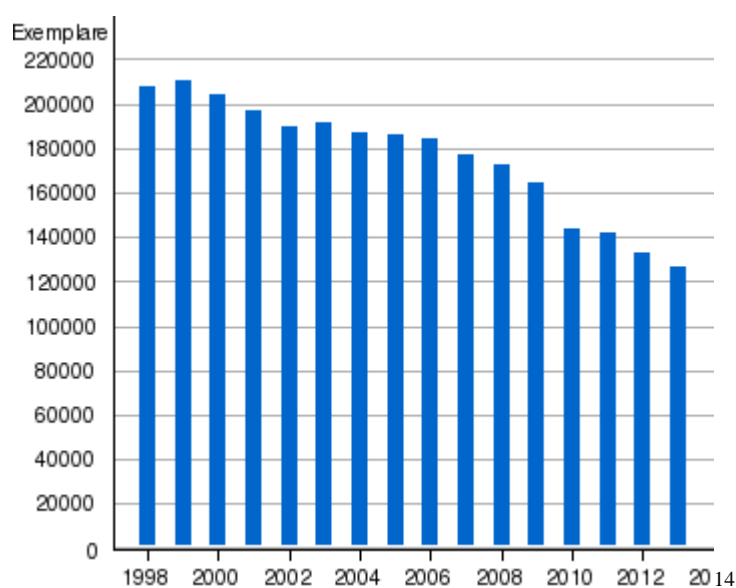
Красной Армии. С 1953 газета находилась под контролем СЕПГ, а ее тираж составлял 345 000 экземпляров ежедневно. После объединения Германии газету быстро купил концерн «Gruner + Jahr», который полностью изменил политику газеты. Сейчас этот издательский концерн – второй по величине в Европе. Он взаимодействует с более чем 500 различными издательствами в 30 странах. Прибыль за 2013 год составила 2,07 млрд. евро (81 млн. евро после уплаты налогов). До октября 2014 года «Gruner + Jahr» принадлежал на 75 процентов Bertelsmann SE & Co, теперь он принадлежит ему на 100 %. Таким образом, мы видим, что на момент покупки «Berliner Zeitung» концерн (основанный в 1965 году) был частью еще более успешного мегаконцерна.

Сразу после покупки была совершена неудачная попытка сделать газету немецким аналогом «Washington Post». Однако быстро стало понятно, что газета с такой историей может претендовать на нечто большее, чем подражание концепции другой газеты. Тогда же «Gruner + Jahr» решил выйти из дела, продав свою долю «Berliner Verlag». Но антимонопольная служба не могла позволить «Berliner Verlag» получить господствующее положение в секторе ежедневных газет. В течение последующих лет газета перекупалась различными инвесторами, однако сейчас принадлежит «Berliner Verlag GmbH».

Теперь рассмотрим как менялся контент газеты. Сейчас это газета с самым большим ежедневным тиражом в земле Берлин – Бранденбург (168 880 экземпляров). Самое значимое падение тиража было в момент попытки сделать из нее аналог «Washington Post», потому что немцам после объединения необходимы были свои собственные газеты, которые бы способствовали единению страны и в духовном плане. Таким образом, к 2000-м годам «Berliner Zeitung» стала писать о проблемах в жизни немцев, в том числе ввела рубрику «Берлин», в которой освещаются проблемы транспорта, жилья, так же даются советы, где провести время, какие

мероприятия проводятся в столице. Что касается международных новостей, то они освещаются с точки зрения официальных властей.

За 25 лет с момента воссоединения за счет полной смены редакционной политики газете удалось достичь прекрасных результатов. Ее читают, и в ближайшее будущее не ожидается снижения тиражей. «Berliner Zeitung» удалось вовремя подстроиться под нужды современных жителей земли Бранденбург.



На приведенном выше графике можно увидеть стабилизацию тиражей газеты. Падение в последние годы вызвано дигитализацией, и переходу СМИ в цифровой мир.

«BZ am Abend»

С 1949 по 1990 газета была известна под этим названием. Как и описанные выше газеты она находилась под контролем СЕПГ. Ее тираж составлял 200 тысяч экземпляров. После воссоединения издание купил концерн Gruner + Jahr и тут же сменил название на «Berliner Kurier», во избежание претензий со стороны западногерманского конкурента с таким же названием. Вместе с названием газета полностью сменила и редакционную политику. Однако внутренние проблемы с перекупкой концерном Mecon Group из-за антимонопольного закона не давали тиражам резко возрасти.

Сейчас газета принадлежит

Berliner Verlag GmbH и издается тиражом 95734 экземпляра.

Необходимо отметить, что после покупки газеты западногерманскими концернами газета полностью изменилась, и от популярной в ГДР газеты «BZ am Abend» в «Berliner Kurier» не осталось ничего. Газета не рассчитана на серьезную публику, о чем говорит введенный в 90-е годы раздел «Эротика». Весьма популярная рубрика, в которой рассказывается как вести себя женщине, если она решила воспользоваться платными эротическими услугами, обсуждается проблема навязывания моногамии обществом и так далее. Несколько полос занимает рубрика советов, рассказывающая о приложениях для айфона, которые могут облегчить жизнь, и куда отправиться отдыхать на Новый год, чтобы не встретить множество русских туристов. Газета имеет воскресное приложение о том, как вести хозяйство, украшать дом и печь печенье.

В случае с этой газетой мы видим, как за счет своевременного перестраивания в условия рыночной экономики «Berliner Kurier» нашел себе нишу, в которой пребывает и до сих пор. Что касается популяризации чтения СМИ в цифровом формате, то газета предлагает многие платные приложения, где можно узнать о скидках или получить новые рецепты.

«Sächsische Zeitung»

Что касается региональных изданий, например, «Sächsische Zeitung», то после воссоединения они во многом повторили судьбу «Berliner Zeitung», быстро перестроившись в издания, освещающие местную жизнь и международные новости, как их передают правительственные информационные агентства. «Sächsische Zeitung» была приватизирована в 1991 году, сейчас принадлежит региональному концерну Dresdner Druck- & Verlagshaus GmbH & Co. KG и имеет тираж в 234802 экземпляров. Так же она имеет традиционную читательскую аудиторию, потому что для немцев

характерно чтение газет своего региона во время завтрака, однако и в этих случаях они переходят на цифровой формат.

« Lausitzer Rundschau» и др.

Аналогичная ситуация у « Lausitzer Rundschau», принадлежащему LR Medienverlag und Druckerei GmbH, Straße der Jugend 54, Cottbus, с тиражом в 80.605 экземпляров, «Leipziger Volkszeitung» - Leipziger Verlags- und Druckereigesellschaft, 193.673, « Volksstimme» - Magdeburger Verlags- und Druckhaus GmbH, 179.648, « Mitteldeutsche Zeitung» - Mitteldeutsches Druck- und Verlagshaus GmbH und Co. KG, 188.128, « Ostthüringer Zeitung» - OTZ – Ostthüringer Zeitung Verlag GmbH & Co. KG, 96.254. Как мы можем убедиться, все они после воссоединения были куплены мегаконцернами, например «Axel Springer» , а затем проданы сформированным региональным концернам, которые зачастую являлись дочерними компаниями. Если во времена ГДР газеты писали о политике партии, о приездах секретарей КПСС, то сейчас они ориентированы на краткое описание ситуации в стране, международные новости освещаются по данным информ-агентств, а большую часть занимает описание местной жизни, местной экономики, и других вещей, которые могут заинтересовать среднестатистического немецкого читателя.

Что касается специализированных изданий, то их большая часть закрылась, а конкурентоспособные (то есть те, которые были быстро куплены концернами) продолжили издаваться. Например , детское издание «Alpha» изменило свое название на «Alpha: Mathematik als Hobby», но контент: занимательная математика для детей, остался неизменным.

То же самое и в нише женских глянцевого журналов. Например, популярный в ГДР «Für Dich» был преобразован в «Die Frau von heute». Тиражи этих журналов не сильно менялись в девяностые годы. Сейчас их тиражи уменьшаются, из-за перехода на цифровой формат, но существуют

сомнения, что в новом цифровом мире их ждет успех. Они были интересны аудитории в первую очередь своим визуальным исполнением. Вряд ли в ближайшей перспективе интернет-версия сможет обеспечить данный эффект.

Таким образом, можно сделать следующие выводы о судьбе восточнонемецких изданий. Общее в их судьбе то, что выжили лишь те, кого купили западнонемецкие концерны, которые получили прибыль за счет быстрых инвестиций во время приватизации. Те, кто попытался остаться традиционно-левыми, имеют небольшие тиражи и небольшую целевую аудиторию, постоянно находясь на грани банкротства («Neues Deutschland», «Junge Welt»). Те, чьи новые издатели полностью изменили политику изданий, в том числе те издания, которые входят в концерны с начальным американским капиталом, приобрели популярность в девяностые, как альтернативные издания, направленные на создание будущего объединенной Германии («Berliner Zeitung», «BZ am Abend»). Местные же издания изменились в такой же степени, как и жизнь вокруг них. Получается, что только своевременное принятия правил нового медиа рынка Германии позволило повысить тиражи и расширить аудиторию.

Слияние двух республик в одну было очень болезненным. В результате СМИ Германии полностью влились в рыночную экономику. Но это случилось за счет того, что западногерманские медиаструктуры полностью поглотили все восточнонемецкие издания. Для уменьшения количества возникающих при таком процессе проблем на федеральном уровне были созданы специальные организации. Например, ведомство печати и новостей. Кроме анализа информации, оно занималось и созданием благоприятного имиджа немецких СМИ во всем мире. В результате появилось мнение о немецких СМИ как самых демократичных и свободных.

Список литературы:

- Die Entwicklung der Ostdeutschen Tagespresse kurz nach der deutschen Wiedervereinigung (1989–1993), Mühl-Benninghaus, «Medien Perspektiven» 2012
- Dussel, Konrad: Deutsche Tagespresse im 19. und 20. Jahrhundert, Lit Verlag: Münster 2004.
- Mühl-Benninghaus, Wolfgang/ Friedrichsen, Mike: Geschichte der Medienökonomie. Einführung in die traditionelle Medienwirtschaft von 1750 bis 2000. Nomos Verlag: Baden-Baden 2012.
- www.neues-deutschland.de
- jungewelt.de
- berliner-kurier.de
- berliner-zeitung.de