



## ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

**И.А. ТОЛСТИК**

---

### *ПРЕДПОСЫЛКИ ИЗМЕНЕНИЯ ЛАНДШАФТА ПЕЧАТНЫХ СМИ ГЕРМАНИИ ПОСЛЕ “ПОВОРОТА” 1989 – 1990 ГГ.*

---

Началом трансформации общегерманского рынка следует считать события 4 ноября 1989 г., названные политическим поворотом (“венде”) или “символом поворота СМИ” (medienpolitische Wendemarke) [1, 117]. Тогда за несколько дней до падения Берлинской стены полмиллиона демонстрантов в столице ГДР на Александр-плац выступили с требованиями о демократизации общества. Одним из этих требований было право на свободу информации, мнений и доступа к СМИ.

Историческим для СМИ было и решение Народной палаты ГДР от 1 декабря 1989 г. об отмене руководящей роли СЕПГ. После этих событий и начались коренные преобразования в печати.

В декабре 1989 г. правительство Ханса Модрова создало специальную комиссию в целях выработки закона о СМИ для ГДР. В ее состав вошли представители всех партий, группировок, общественных движений, церкви, профсоюзов. Комиссию возглавил депутат от ЛДПГ министр юстиции Иохим Хойдингер. Комиссия подготовила законопроект в январе 1990 г. Народная палата ГДР приняла его, а 5 февраля последовало историческое “Решение об обеспечении свободы мнений, информации и СМИ”. Согласно этому решению цензура в ГДР отменялась (ст. 1 – 5), лицензирование органов печати, СМИ заменялось простой регистрацией (ст. 9). Эта функция поручалась специальному Ведомству по делам прессы и информации, которое должно было провести регистрацию новых и перерегистрацию старых газет [1, 139].

Решением предусматривалось издание независимой межрегиональной ежедневной газеты. Такой газетой по требованию оппозиции стала “Берлинер цайтунг”. Журналисты Западной и Восточной Германии хотели, чтобы начала выходить общегерманская газета “Берлинер тагеблатт”. Но этим планам не суждено было сбыться, потому что в Берлине появилась дюжина таких газет.

Радиовещание, телевидение и информационное агентство ADN объявлялись “независимыми общественными учреждениями, которые не подчинялись правительству. Отныне они становились собственностью народа” [1, 140]. Информационное агентство ADN в начале 1991 г. было преобразовано в общество с ограниченной ответственностью. То же самое произошло со многими издательствами.

---

*Ирина Аркадьевна ТОЛСТИК, кандидат филологических наук, доцент, вед. научный сотрудник Центра мировой экономики и международных экономических отношений Института экономики НАН Беларуси.*

Был создан специальный контрольный совет (“Медиенконтрольрат”). 13 февраля он отменил монополию государства на установление цен для газет и журналов.

К 1 апреля 1990 г. все ежедневные газеты ГДР после отмены субсидий должны были поднять цены. Возросли также цены и на бумагу. Поввысилась цена и на продукцию информационного агентства ADN. В розничной продаже газета стоила 0,40–0,50 марок (далее — ДМ) вместо 0,15. Цены на печать возросли на 400–500 %, стоимость подписки на газету — с 8,50 до 12,80 ДМ. При этом стоимость газет в ГДР была ниже, чем в ФРГ. В феврале — марте 1990 г. почта ГДР зарегистрировала 3,6 млн клиентов, подписавшихся на 16,6 млн газет и журналов. При этом восточно-германские газеты, такие как “Нойес Дойчланд” (ПДС), бывший печатный орган ССНМ “Юнге вельт”, газета ОСНП “Трибюне” потеряли до июня 1990 г. более чем половину подписчиков [2, 430–431].

Резко обострилась конкуренция между восточными и западными изданиями. Западно-германские издания пошли в обход специального предписания для газет и журналов ГДР, согласно которому западно-германская продукция печатных СМИ реализовывалась на территории ГДР по стоимости, втрое больше продажной цены. Таким образом власти пытались сохранить конкурентоспособность изданий ГДР. Однако некоторые западно-германские издательства пытались продать свой “товар” по оригинальным ценам.

Ежедневные газеты ГДР теряли тираж после отмены субсидий. В мае 1990 г. их общий разовый тираж составлял уже 7,66 млн экз. С декабря 1989 г. подписка сократилась на 2,3 млн экз., т.е. тираж упал на 23 %. С мая по июнь 1990 г. ежедневные газеты потеряли еще 12 % покупателей. Новые надрегиональные ежедневные газеты лишились почти половины тиража или 2,16 млн экз. Так, газеты “Нойес Дойчланд” и “Юнге вельт” потеряли по 70 % тиража. Общий разовый тираж региональной прессы сократился с 5,92 до 5,5 млн экз. [3, 101].

Таким образом, вхождение прессы ГДР в рынок представлялось как система организационных мер соответственно закону о свободе формирования мнений и волеизъявлений.

Однако чуть раньше принятого закона федеральный канцлер Г. Коль и премьер-министр ГДР Х. Модров согласовали 19 декабря 1989 г. кооперирование электронных и печатных СМИ обоих государств. Это соглашение было как бы постскриптумом, потому что свободная продажа газет Восточного Берлина в западной его части началась уже 11 октября 1989 г. Из 20 тыс. восточно-германских газет, поставляемых на запад в надежде заработать валюту, была продана лишь незначительная часть. С середины ноября 1989 г. все больше ежедневных газет ГДР печатали программы телевидения ФРГ. Объявления западных рекламодателей начали появляться в первой по значимости газете ГДР “Нойес Дойчланд”. Западно-германские издатели, маклеры устремились в Восточный Берлин. Соответственно менялась и проблематика газет.

К моменту объединения Германии печать ГДР пришла как независимая. В начале 1990 г. СЕПГ — ПДС отказались от владения 11 из 16 издательствами, от 21 из 26 типографий. В собственности СЕПГ — ПДС остались книжные издательства “Дитц” и “Берлинер ферлаг”. Эти перемены произошли после того, как окружные органы СЕПГ, (вначале эрфуртская газета “Фольк”, а затем 15 января газета “Тюрингер альгемейне”) вышли с подзаголовком: “Независимая ежедневная газета о политике, экономике, культуре и спорте”. Всего с 15 по 22 января 1990 г. 14 окружных газет СЕПГ заявили о перепрофилировании в независимые издания. Накануне политического поворота из 39 ежедневных газет, разовый тираж которых составлял около 10 млн экз., 33 издавались различными партиями. После политического поворота изменились профиль и владельцы у всех 39 ежедневных газет. Иными словами, независимыми от прежних издателей стали: 4 ежедневные газеты ХДС, 1 ежедневная газета

ЛДПГ/ЛДП, 5 ежедневных газет НДПГ, 14 ежедневных газет СЕПГ/ПДС, 1 ежедневная газета ССНМ [4, 74].

В независимой ежедневной газете издателем, как правило, оставалось то же издательство, в котором до этого выходила газета. Директором последнего назначался член редколлегии газеты. Он влиял лишь на коммерческую сторону дела.

Символом перепрофилирования изданий в независимые явилось их переименование. Например, орган НДПГ газета “Националь цайтунг” с 1 февраля 1990 г. стала “Берлинер альгемайне”, бывшая окружная газета “Фольк” (г. Эрфурт) с 16 января 1990 г. — “Тюрингер альгемайне”; газета “Фольксвахт”, бывшая окружная газета (г. Гера), с 18 января 1990 г. носит название “Остюрингер нахтрихтен”; “Нойер таг”, некогда орган окружного комитета СЕПГ в г. Франкфурт-на-Одере, превратилась с 17 марта 1990 г. в “Меркише одерцайтунг” и, наконец, орган окружного комитета СЕПГ в г. Галле газета “Фрайхайт” с 17 марта 1990 г. — “Мительдойче цайтунг”. Все эти газеты со временем получают статус региональных, как и другие, некогда окружные газеты СЕПГ. Схематично процесс перепрофилирования выглядел так: вначале газета была органом руководства партии, организации и т. д., потом органом всей партии, далее уже выходит как “социалистическая ежедневная газета для округа, земли” и т.п. и, наконец, уже как “независимая ежедневная газета по вопросам...”.

Начало процесса перепрофилирования в независимые издания, когда были упразднены окружные комитеты СЕПГ, а издателями становились издательства, выглядело следующим образом (см. таблицу).

#### Перепрофилирование ежедневных газет ГДР

Газета	Издатель перед “поворотом”	Издатель на конец января 1990 г.	Издатель на конец февраля 1990 г.
<b>Надрегиональные</b>			
“Юнге вельт”	Центральный Совет ССНМ	ССНМ	Издательство “Юнге вельт”
“Нойе цайт”	Партийное правление ХДС	Партийное правление ХДС	Издательство “Нойе цайт”
“Нойес Дойчланд”	Орган ЦК СЕПГ	Партия демократического социализма (ПДС)	ПДС
“Трибюне”	Орган объединения свободных немецких профсоюзов	Управляющее правление ОСНП	ПДС
<b>Региональные</b>			
“Демократ”	ХДС	Издательство “Демократ”	Издательство “Демократ”
“Дер нойе вег”	ХДС	ХДС	Издательство “Дер Нойе вег”
“Дас фольк” (с 16 янв. 1990 г. “Тюрингер альгемайне”)	Орган комитета СЕПГ г. Эрфурта	Издательство “Тюрингер альгемайне”	Издательство “Тюрингер альгемайне”
“Фрайе прессе”	Орган СЕПГ г. Карл-Маркс-Штадт	Издательство “Фрайе прессе”	Издательство “Фрайе прессе”
“Зексише тагеблат”	ЛДПГ	ЛДПГ	Издательство “Зексише тагеблат”
“Браденбургшише нойсте нахритен”	НДПГ	Издательство “Браденбургшише нойсте нахритен”	Издательство “Браденбургшише нойсте нахритен”
“Тюрингер нойсте нахрихтен”	НДПГ	Издательство “Тюрингер нойсте нахрихтен”	Издательство “Тюрингер нойсте нахрихтен”
“Фрайе эрде”	Орган ОК СЕПГ г. Нойбранденбург	Издательство “Фрайе эрде”	Издательство “Фрайе эрде”
“Меркише фольксштимме”	Орган ОК СЕПГ г. Потсдам	Издательство “Меркише фольксштимме”	Издательство “Меркише фольксштимме”

Источник: [4, 74].

Процесс перепрофилирования происходил болезненно. По данным социологического исследования, проведенного учеными Лейпцигского университета, в январе 1990 г. 10 из 39 главных редакторов ежедневных газет не были готовы к началу перепрофилирования, что означало изменение отношений между редактором и издателем, новую идеологическую концепцию газеты, предоставление страниц для выступлений представителям различных партий, а также соблюдение принципа главного редактора и демократического участия журналистов-редакторов в выпуске газеты, тиражирование газеты, новые условия финансирования и т. д. [4, 73]. Ситуация осложнялась тем, что после «поворота» начинался бурный рост новых изданий. Уже в декабре 1989 г. в земле Мекленбург возникли три новые газеты. С середины декабря до середины марта 1990 г. в ГДР выходило свыше 50 новых печатных органов, представлявших образовавшиеся демократические группы, организации, партии. Причем это число приблизительное. Большая часть таких газет издавалась на территории ГДР. Но были и такие, тираж которых печатался в ФРГ. Как правило, речь шла об определенной части какой-либо газеты (локальном издании), которая ориентировалась на новую читательскую аудиторию в восточно-германских городах. Таким образом выходили локальные издания западно-германских газет «Франкенпост» для Саксонии («Зексенпост»), а также издания «Фогт-ландпост», «Тюрингенпост», кассельерской «Хессише / Нидерзексисше альгемайне». Локальные издания последней выходили под шапкой «Мительдойче альгемайне». Подобного рода практика использовалась и газетой «Харц курир нордхойзер цайтунг». Такого рода издания квалифицировались как германо-германская кооперация. О сути этой кооперации эксперты говорили: «Большие издательства покупают, средние и маленькие издательства создаются».

Под флагом кооперирования западно-германские концерны целенаправленно и систематически продвигались в ГДР. Эссенская группа «Вестдойче альгемайне цайтунг» (WAZ) устремилась в Тюрингию; «Грунер унд Яр» — в Восточный Берлин и Дрезден; группа «Франкфуртер альгемайне цайтунг» (FAZ) кооперировалась с издательствами восточно-германской партии ХДС; шпрингеровский концерн нацелился на газеты Либерально-демократической партии Германии, и вскоре эти газеты перешли в его собственность. По сути дела, большие издательства ФРГ поделили рынок печатных СМИ ГДР еще до объединения Германии и создали прецедент правовой незащищенности в период между «поворотом» 1989—1990 гг. и подписанием договора о валютном союзе. Невзирая на открытый вопрос о собственности издательства-концерны вкладывали инвестиции, внедряли ноу-хау, подписывали предварительные соглашения о переходе восточно-германских газет в их владения. Уже с середины 90-х гг. известны 43 подобные кооперации, а в конце того же года только три восточно-германские газеты — орган ОНП газета «Трибуне», «Нойес Дойчланд» и «Юнге вельт» — не имели партнеров по кооперации в ФРГ. В начале июля 1990 г., когда Народная палата ГДР приняла закон против ограничения конкуренции, по образцу соответствующего федерального, существовало 100 проектов германо-германских слияний в области печатных СМИ. И только один из них к тому времени осуществился. Это был консорциум издательств «Грунер унд Яр» британского издателя Максвелла и восточно-германского издательства «Берлинер ферлаг». Особый интерес у западно-германских издателей вызывали бывшие окружные газеты. Тогдашний министр СМИ ГДР Мюллер заявил, что они никогда не будут монополизированы и потребовал от западно-германских предпринимателей поддерживать маленькие газеты, газеты блоковых партий и небольшие региональные издания. Из восьми крупнейших ежедневных газет ГДР шесть относились к числу окружных. Но тем не менее рынок прессы будущей единой Германии прирастал и за счет новых образований.

Вот некоторые из созданных тогда изданий, большая часть которых продолжает выходить и поныне. Это прежде всего надрегиональная газета «Тагесцайтунг» (TAZ) и региональная — «Мекленбургише фольксцайтунг».

Газета “Тагесцайтунг” (TAZ) появилась 26 февраля 1990 г. в г. Берлине тиражом в 60 тыс. экз. как результат германо-германской кооперации. Она отражала западно-германскую концепцию, рассчитанную на специфику ГДР. В редакции работало 20 человек, которые писали до трети всего текста газеты.

Новыми надрегиональными изданиями стали еженедельники “Блат”, вышедший 20 февраля 1990 г. тиражом 250 тыс. экз. в Берлине (издатель — Хельфрид Шрайтер), и “Андере” с тиражом 100 тыс. экз. (25 января 1990 г., издатель — земельный секретариат общественного движения “Новый форум”, Берлин). Оба издания считались частью демократического контроля общественных процессов в стране. К категории таких же изданий следует отнести следующие журналы: “Шанце” (300 тыс. экз.), вышедший 6 марта 1990 г., его издателями были молодежные организации ХДС и СДПГ; ПеП (“Подиум еорер проблеме”), вышедший в марте 1990 г. в издательстве “Юнге вельт”, а также журнал для студентов “Экспрессо” (тираж 50 тыс. экз.), печатавшийся в частной типографии Петера Фарбера в Мюнхене.

Каждый из этих журналов занял свое место на рынке пока еще ГДР и квалифицировался как альтернатива некогда единственной в ГДР молодежной газете “Юнге вельт”. Ландшафт печати также дополнили региональные еженедельники и городские газеты.

Распространение печати на территории ГДР было камнем преткновения для продукции западно-германских издательств. Госструктура “Дойче пост” обладала монополией в этой сфере. Ровно 85 % общего тиража всех газет и журналов приходилось на подписку и только 15 % поступали в розничную продажу в 4 500 киосках и 1 500 специальных местах продажи. По подсчетам западно-германских издателей, для того, чтобы их продукция могла охватить всю территорию ГДР, им понадобилось бы 25 тыс. таких точек продажи (в ФРГ на 1990 г. эти данные равнялись 90 тыс.) [4, 431].

Особый рынок после “поворота” представлял собой Берлин. Во II кв. 1990 г. продано почти 200 тыс. экз. западно-германских газет в Восточном Берлине. Но в IV кв. этого же года, сразу после объединения, эта цифра снизилась на 30 тыс. экз. В выигрыше оказались газеты “Берлинер цайтунг” и “Морген пост”, в проигрыше — “Тагесцайтунг”, “Тагесшпигель”, “Фольксблат”. По данным IVW за I кв. 1991 г. увеличившийся рынок ежедневных газет Берлина представляли почти 1,4 млн экз. газет, продаваемых ежедневно в розницу.

Таким образом, после ноябрьского “поворота” 1989 г. сформировались основные предпосылки для изменения ландшафта печати объединенной Германии. Партийные газеты некогда ГДР перепрофилировались в независимые издания, а западно-германская печать проникла на рынки своего восточного соседа. Факт коренного пересмотра и передела системы печати в восточных землях в пользу западно-германского соседа был неотвратим. Оставалось только узаконить этот процесс, что и произошло впоследствии, и пресса бывшей ГДР была поглощена западно-германскими СМИ, оставшись только в истории.

## Литература

1. *Kapitza, A.* Transformation der ostdeutschen Presse: Berliner Zeitung und “Sonntag/Freitag” im Prozess der deutschen Vereinigung / A. Kapitza. — Opladen: Westdt. Verlag, 1997.
2. *Pürer, H.* Medien in Deutschland / H. Pürer, J. Raabe. Band 1, München: Olschläger.
3. *Held, B.* Die zweite Stunde Null. Berliner Tageszeitungen nach der Wende (1989–1994) / B. Held, T. Siemeon. — Berlin: Wiss. Verl. Spiess, 1994.
4. *Kramp, M.* Alten profilieren sich — die Neuen drängen auf dem Markt. Erster Bericht zur Intervallstudie. Entwicklungen im Pressesystem der DDR / M. Kramp, R. Krone // Leipzig. Hefte für Kommunikationsforschung und Journalistik 1(1990)2.