

*На правах рукописи*

**Вильгельм  
Кирилл Юрьевич**

**История средств массовой информации  
объединенной Германии 1990-2000 гг.:  
проблемы и тенденции**

Специальность: 07.00.03 – Всеобщая история (новейший период)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата исторических наук

**Москва – 2010**

Работа выполнена на кафедре истории и международных отношений Негосударственного некоммерческого образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский гуманитарный университет»

Научный руководитель: доктор исторических наук, доцент  
**Алексеев Сергей Викторович**

Официальные оппоненты: доктор исторических наук, профессор  
**Щепетов Константин Павлович**

кандидат исторических наук  
**Девишев Илья Бадреевич**

Ведущая организация: **ГОУ ВПО «Московский городской педагогический университет»**

Защита диссертации состоится 13 мая 2010 г. в 15.00 час. на заседании диссертационного совета Д 521.004.01 при ННОУ ВПО «Московский гуманитарный университет» по адресу: 111395, Москва, ул. Юности, 5/1, корп. 3, зал заседаний диссертационных советов (ауд. 511).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ННОУ ВПО «Московский гуманитарный университет».

Автореферат разослан «    » марта 2010 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Мацуев А.Н

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

*Актуальность темы исследования* определяется как потребностью исторической науки, так и запросами практики.

На рубеже XX-XXI вв. на фоне формирования гражданского общества в государствах Центральной и Восточной Европы наблюдаются существенные изменения во всех сферах жизни, в массовом сознании людей. Произошедшие в этих странах в 1990-е годы глубокие перемены не могли не затронуть такую важную сферу жизни демократических стран, как средства массовой информации (СМИ).

Для России это также актуально, поскольку медиасреда в последние годы находится в состоянии постоянной трансформации. Причем информационный пейзаж меняется так стремительно, что общество и сами участники процесса не всегда успевают реагировать на происходящие изменения и точно определять направление движения российских СМИ.

Внедрение новых информационных технологий оказывает воздействие на историческое развитие общества, формирует новые способы коммуникативного взаимодействия, влияет на социальные группы и на индивидов. Человек конца XX – начала XXI вв. практически постоянно пребывает в информационном поле, которое формируется в значительной степени и за счёт СМИ.

Сами средства массовой информации претерпели глубокие изменения на пути к созданию новых информационных структур, отвечающих современным требованиям демократии и рыночной экономики. Произошла смена форм собственности в печатном секторе и Германия не осталась в стороне от этих изменений. Итогом происшедших перемен стала радикальная смена моделей СМИ (авторитарное управление СМИ восточных земель уступало дорогу демократической модели управления). На общую картину перемен в сфере СМИ наложились активно развивавшиеся в конце XX века процессы глобализации, стремительное развитие форм и средств коммуникаций.

Нельзя также не отметить важный аспект развития немецкого государства – послевоенное разделение страны на две части - Федеративную Республику Германию (ФРГ) и Германскую Демократическую Республику (ГДР), что, несомненно, затронуло все уровни жизни Германии.

Изучение опыта становления средств массовой информации в современной Германии с исторической точки зрения позволит систематизировать и осмыслить произошедшие изменения, выработать методы своевременного корректирования неблагоприятных тенденций в сфере медиаиндустрии, выявить перспективы дальнейшего развития СМИ.

Ответы на вопросы, что собой представляют современные СМИ в Германии, какие исторические факторы наиболее существенно повлияли на процесс их формирования, как изменилась читательская аудитория и общественно-политические настроения, а также что произошло со средствами массовой информации ГДР, являются актуальными в научном и практическом отношении.

**Степень научной разработанности проблемы.** Проведенный автором анализ историографии изучаемого вопроса показал недостаточную освещенность в отечественной и зарубежной литературе проблем и тенденций СМИ Германии после процесса объединения страны в 1990 году.

В процессе написания диссертации соискателем использованы работы как зарубежных (в первую очередь – немецких), так и российских исследователей.

Реалии СМИ Германии на современном этапе, их роль в жизни общества отражены в первую очередь в работах Н. Лумана. Никлас Луман, крупнейший немецкий историк и социолог, свою работу «Реальность массмедиа»<sup>1</sup> посвятил историческим проблемам средств массовой информации, тенденциям их развития за последние десятилетия. В своей книге автор развивает оригинальную трактовку СМИ как обособленной исторической системы. При этом Н. Луман показал превосходство средств массовой информации в современном обществе над остальными сферами жизни простого человека.

Основу книги составляет исследование развития системы средств массовой информации на примере ФРГ. Подробно проанализировав историческую составляющую, автор книги, вместе с тем, практически ничего не сказал о становлении электронных СМИ. Кроме того, остались без внимания недостатки СМИ с точки зрения их влияния на общество.

Основным тезисом Никласа Лумана является указание на необходимость исследований в области становления общей конструкции СМИ, ее функций и структуры<sup>2</sup>. Автор попытался выявить и проанализировать все основные тенденции СМИ последних лет, опираясь на исторический опыт развитых стран.

Становление СМИ в новейшей истории Германии широко изучены в работах известного российского автора Г.Ф. Вороненковой. В ее двух работах<sup>3</sup> довольно подробно и объективно рассмотрены средства информации ФРГ, их отличительные особенности перед другими европейскими массовыми коммуникациями. Выделены факторы, которые оказали влияние на экономические, политические и региональные изменения в республике. Все эти данные повсеместно охватывают и показывают картину немецкого ландшафта СМИ 90-х годов XX века.

Вместе с тем в работах автора раскрываются общие тенденции, которые считаются общепринятыми (создание общегерманских издательских домов, поглощение СМИ ГДР структурами ФРГ). К сожалению, из поля зрения выпали вопросы эволюции СМИ в процессе объединения страны в 1990 году, недостаточно четко представлены их «болевы точки» в связи с объединением ГДР и ФРГ, их роль в общественно-политической истории

---

<sup>1</sup> См.: Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.

<sup>2</sup> Там же. С. 58.

<sup>3</sup> См.: Вороненкова Г.Ф. СМИ Германии. М., 2006; Она же. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. М., 1999.

новой Германии. Предметом специального анализа не стало правовое регулирование СМИ в свете их трансформации после событий начала 90-х годов XX века. Весь широкий спектр средств массовой информации, а также новые и современные онлайн-СМИ остались в данных работах не рассмотренными. Данные пробелы в отечественной историографии, собственно, пытается восполнить автор настоящей работы.

Следует учесть, что проблематика СМИ 1990-х годов в целом давно рассматривается отечественными и зарубежными исследователями. Здесь выделяется работа В. Коробицина и Е. Юдиной «Социологические исследования телевидения и рекламы»<sup>4</sup>. В ней выявляются, в том числе, и актуальные для исторической науки проблемы. В частности, в книге сделана попытка осмыслить опыт изучения учеными проблем телевидения и рекламы. Авторы смогли проследить исторические процессы изменения массовой информации, начиная с конца 80-х годов XX века и до начала XXI века. При этом описываются факторы, влияющие на размеры читательских аудиторий, их предпочтения. Достижением данной работы следует назвать обоснование двух моделей вещания, весьма отличавшихся друг от друга, – это центральное и региональное. В ходе исследования выяснилось, что для регионального сектора телевидения в значительно большей мере характерна самоуправляемость. То есть этот сектор вырабатывал свой собственный механизм саморегулирования. Профессионализм региональных каналов резко возрос и стал не только не уступать центральному вещанию, но и подчас опережать его. В подтверждение данных слов, авторы указывают на высокие оценки, различные награды региональных каналов на всевозможных фестивалях и конкурсах. Но при этом в работе уделено недостаточно внимания зарубежным телевизионным каналам, их влиянию на общественную жизнь. В историографическом аспекте следует подчеркнуть, что сравнение с иностранными средствами массовой информации дало бы возможность более наглядно показать историческое место телевидения на нынешнем этапе развития общества.

Весьма актуальными в контексте данной диссертации выступают идеи С.М. Гуревича о СМИ в современном обществе. В его работе «Экономика СМИ» он попытался показать роль экономического фактора в зарождении и развитии журналистики. В книге заложены представления о формировании экономики и экономического мышления в средствах массовой информации в Европе. В частности, в ней рассмотрены экономические механизмы, приведшие к началу кризиса печатных СМИ и расширению влияния электронных изданий.

В отличие от западных и особенно американских научных школ, в которых давно существуют исследования в сфере управления средствами массовой информации, в России данная область изучения СМИ начала развиваться не так давно. В работе С.М. Гуревича определены общие подходы к менеджменту СМИ и делается первая попытка анализа

---

<sup>4</sup> См.: Коробицын В., Юдина Е. Социологические исследования ТВ и рекламы. М., 2006.

русской практики в этой области, при этом автор во многом основывается на зарубежном опыте. С.М. Гуревич рассматривает становление менеджмента СМИ в условиях рыночной экономики на различных этапах её становления, выявляя общие для различных развитых стран тенденции<sup>5</sup>. Имеют значение сделанные в работе выводы, разумеется, и для истории СМИ Германии.

Отдельно следует отметить работы, связанные с изучением новейшей истории современных электронных средств массовой информации. В первую очередь это касается исследований британского специалиста Б. Хеммерсли. В книге «Эпоха высоких технологий»<sup>6</sup> он утверждает, что современным газетам, чтобы быть успешными в эпоху высоких информационных технологий, необходимо думать о синтезе жанров – имея в виду очень бурное развитие Интернет-версий газет. Диссертант отмечает, что данный вывод вполне отвечает тем тенденциям, которые наметились в 90-е гг. XX в. в СМИ ФРГ.

Согласно данным Б. Хеммерсли, с появлением Интернет-изданий различия журнальной и газетной форм работы изменились. Интернет позволяет оставаться актуальным, оперативно реагируя на события. И главное — новость может быть вставлена в быстро подготовленный аналитический обзор, который посредством гипертекстовых ссылок связывается с другими материалами. Автор пишет, что жанровые различия между репортажем и очерком, новостью и аналитическим обзором стираются. Это происходит из-за более размытой подачи информационного материала по электронным каналам связи: она становится более быстрой и имеет нейтральный характер.

Достаточно интересный материал собран в главе «Что нового приносит в журналистику Web?». Здесь Б. Хеммерсли утверждает, что с приходом глобальной сети журналистика получила несколько важных отличительных особенностей. Это интерактивность, персональный подход, мгновенность, гибкость, взаимосвязанность, экономичность. При этом дается четкая формулировка понятия сетевая реальность.

Непосредственное отношение к теме диссертации имеют теоретические работы, связанные с влиянием современных СМИ на немецкое общество (Meyer K. «Journalismus von heute»)<sup>7</sup>, а также с изучением деятельности СМИ ФРГ с правовой точки зрения (Schulz P. «Ursprunge unserer Freiheit: von der Amerikanischen Revolution zum Bonner Grundgesetz»)<sup>8</sup>. Здесь раскрываются исторические особенности становления законодательной базы в новой Германии: после объединения ФРГ и ГДР правовое регулирование деятельности СМИ, в частности печатных СМИ, стало осуществляться на основе Конституции ФРГ, решений Федерального

---

<sup>5</sup> См.: Гуревич С.М. Экономика СМИ. М., 2004.

<sup>6</sup> См.: Хеммерсли Б. Эпоха высоких технологий. М., 2004.

<sup>7</sup> Meyer K. Journalismus von heute. Düsseldorf, 1997.

<sup>8</sup> Schulz P. Ursprunge unserer Freiheit: von der Amerikanischen Revolution zum Bonner Grundgesetz. Hamburg, 1989.

Конституционного суда и конституционных судов земель, норм международного права, а также законов федеральных земель о печати. С 1990 г. конституционную основу системы правового регулирования деятельности СМИ в ФРГ составляли положения ст. 5 Основного закона Германии. Тем самым на конституционно-правовом уровне в германском праве была закреплена общепризнанная модель правового регулирования деятельности СМИ в демократическом обществе — свобода СМИ, ограниченная законом.

Ценным теоретическим материалом по теме восточногерманских СМИ является диссертация М.Е. Вороненкова «Средства массовой информации Восточной Германии: от тоталитаризма к демократии».<sup>9</sup> Автор тщательно исследовал развитие средств информации восточной Германии. Этот путь, по мнению М.Е. Вороненкова, беспрецедентный. Произошло историческое событие: тоталитаризм, который процветал в ГДР, под воздействием Запада стал трансформироваться в демократические формы. Работа имеет большую научную ценность, благодаря выявлению исторических предпосылок развития немецкой демократической прессы и установления явных тенденций к дальнейшим историческим преобразованиям в данной сфере германского общества. Автор систематизировал новые факты (повсеместное поглощение восточных СМИ западными концернами) в формировании современных средств массовой информации. Но следует отметить, что диссертация М.Е. Вороненкова носит филологический характер, а тема, которая рассматривается, узка с исторической точки зрения (изменения в процессе перехода от тоталитаризма к демократии коснулись всего немецкого общества, а не только Востока страны).

Несмотря на достаточное количество идей и разработок, существующих в настоящее время в области СМИ ФРГ, в отечественной и зарубежной историографии наличествует не так много работ, в которых предприняты попытки изучить и проанализировать проблемы и тенденции средств массовой информации в объединенной Германии 90-х гг. XX века, исследовать их взаимодействие, трансформацию и формирование правовой базы.

Анализ литературы показывает необходимость создания исторических работ по основным вопросам СМИ Германии конца XX века. Это вызывается тем, что в отечественной исторической науке нет подобного рода подробных и всесторонних исследований истории и эволюции всех средств массовой информации в Германии периода 1990-2000 гг., в которых уделено достаточно внимания истории ангажированности СМИ, участию их в политической борьбе и поглощению средств информации ГДР структурами ФРГ.

**Объектом исследования** являются средства массовой информации в Германии в период 1990-2000 гг.

---

<sup>9</sup> См.: Вороненков М.Е. Средства массовой информации Восточной Германии: от тоталитаризма к демократии: Дис. ... д-ра филол. наук. М., 2004.

**Предметом исследования** является история деятельности СМИ в объединенной Германии в конце XX в. как основного института в обществе.

**Цель исследования:** выявить характерные черты становления и формирования государственной политики в отношении СМИ объединенной Германии, общественно-политические особенности, проблемы, тенденции и перспективы немецких СМИ 90-х гг. XX века.

**Задачи исследования:**

1. Проанализировать историю общественно-политической деятельности немецких СМИ как основного института современного демократического общества.

2. Рассмотреть историю развития печатных и электронных СМИ в Германии периода 1990-2000 гг., показать их эволюцию и исторические особенности.

3. Исследовать влияние средств массовой информации на немецкое общество 90-х гг. XX века, политические партии и различные общественные организации, а также проанализировать участие СМИ в политической борьбе указанного периода.

4. На основании анализа исторических событий в Германии, провести исследование доминирующих изданий, определить их влияние на немецкую читательскую аудиторию тех лет и дать историческую оценку этого влияния.

**Методологической основой исследования** является совокупность научных принципов: историзма, объективности, системного и проблемно-тематического подходов. Методы исследования определяются основными принципами исторической науки – аналитическим подходом к конкретному историческому материалу, учетом основных теоретических выводов в работах как российских, так и зарубежных ученых.

Для выявления и описания основных тенденций деятельности СМИ, а также ее периодизации, применялся метод историко-сравнительного анализа. В целях определения особенностей трансформации, развития и форм средств массовой информации привлекались данные таких научных дисциплин, как политология, социология, экономика, юриспруденция.

Автор исследовал научную проблему в исторической эволюции и динамике, что потребовало использования проблемно-хронологического метода анализа.

**Источниковую базу диссертационного исследования** составили многочисленные, разнообразные по характеру источники, которые можно разделить на следующие группы:

1. Официальные документы и правовые акты. Среди них Конституция ФРГ, акты ООН (международный пакт о гражданских и политических правах), акты Совета Европы («О мерах обеспечения прозрачности средств массовой информации»), акты ОБСЕ (итоговый документ Мадридской встречи 1980 г.), международные профессионально-



<sup>10</sup>. Из других официальных источников важными для исследования представляются данные из доклада Федерального правительства о положении средств массовой информации в ФРГ за 1998 г. и материалы российско-немецкой конференции «Актуальные проблемы права СМИ» за 1998 г.<sup>11</sup>

2. Материалы СМИ. История печатных средств массовой информации анализируется с помощью различных немецких и российских публикаций в национальной и региональной прессе. С этой целью автором в диссертации использованы материалы средств массовой информации как немецких: газеты «Frankfurter Allgemeine», «die Zeit», «die Welt», журналы «der Spiegel», «Focus», сайт d-welle.de; так и российских: газета «Ведомости», журналы «Среда», «Журналист», «Профессия журналист», «Эксперт», сайты ntv.ru, gipp.ru<sup>12</sup>.

3. Источники личного происхождения. Интервью компетентных лиц, высказывания профессиональных журналистов и специалистов в области СМИ дают четкое понимание проблематики и служат ценным материалом для исследования. В работе использованы интервью Леонида Парфенова для Гильдии Издателей периодической печати от 14 июня 1999 г., интервью Захара Бутырского газете «День» от 15 декабря 2000 г., интервью Валерия Симонова на радио Сити FM от 2007 г.<sup>13</sup>

4. Социологические опросы и маркетинговые исследования. Количественные и качественные показатели использованы для более детального рассмотрения рынка СМИ Германии периода 1990-2000 гг. Это

---

<sup>10</sup> Общественные задачи прессы, Конституция ФРГ, Ст.3; Свобода печати, Конституция ФРГ, Ст.1; Дженис М., Кей Р., Брэдли Европейское право в области прав человека. Практика и комментарий. М., 1997; Совет Европы: документы по проблемам средств массовой информации, СПб., 1998; Краткий юридический справочник для журналиста. Сборник нормативных актов, регулирующий деятельность журналистов. М., 1996; Правовое поле журналиста. Настольная справочная книга. Международные акты. Законы, указы, постановления, распоряжения, рекомендации, комментарии. М., 1997.

<sup>11</sup> Данные из доклада Федерального правительства о положении средств массовой информации в Федеративной Республике Германия за 1998 год / Доклад о СМИ 98. Ведомство печати и информации Федерального правительства, Бонн, 1998; Актуальные проблемы права СМИ. Материалы российско-немецкой конференции. Центр «Право и средства массовой информации». М., 1998.

<sup>12</sup> Frankfurter Allgemeine, 1999-2000 гг.; Die Zeit, 1990-2000 гг.; Die Welt, 1995-2000 гг.; Der Spiegel, 1993-2000 гг.; Focus, 1990-2000 гг.; [Электронный ресурс] URL: www.d-welle.de; Ведомости, 2000. №6; Гальперин Ю. Мода на демократию // Среда. 2000. №6; Трудности перевода и журналистики // Среда. 2000. №1; Личности мира // Журналист. 1999. №11; Штюдемманн Д. Демократия и пресса // Профессия – журналист. 2000. №10; Манчини П. Модели журналистики // Эксперт. 2006. №16; Парфенов Л. Принцип домино [Электронный ресурс] URL: www.promo.ntv.ru/programs/archive/domino/index.jsp; http://www.gipp.ru/openarticle.php?id=26630.

<sup>13</sup> Парфенов Л. Журналист сегодня [Электронный ресурс] URL: www.gipp.ru/openarticle.php?id=26630; Бутырский З. Политикам нужно четко формулировать свои мысли // День. 2000. 15 декабря; Симонов В. Печатные и электронные СМИ // Сити FM, 2007.

**Научная новизна исследования:**

1. Впервые в отечественной историографии предлагается комплексное исследование истории и эволюции всех видов СМИ в Германии в период 1990-2000 гг., автором выявлено их участие в политической борьбе и истории поглощения средств информации ГДР структурами ФРГ.

2. Благодаря использованию соискателем источников и новейших специальных исследований, часть которых<sup>15</sup> ранее не вводилась в отечественный научный оборот, подробно рассмотрена история развития как печатных, так и электронных СМИ ФРГ в момент и после объединения страны, а также определены основные предпочтения жителей Германии в области печатных и электронных изданий, телевизионных и радио программ, Интернет сайтов и динамика этих предпочтений в период 1990-2000 гг. При этом уделено должное внимание немецкой схеме распространения периодической печати (способы, характеристики, основные задачи) в указанный период.

3. На примере Германии автор исследовал взаимосвязь свободы журналиста с историей развития средств массовой информации и их активным включением в общественно-политическую жизнь общества. Исследований такого рода в отечественной исторической литературе не предпринималось.

4. Соискатель выявил основные направления деятельности немецких средств массовой информации в 90-е гг. XX века с исторической и историко-правовой точек зрения (издания ГДР переходили под контроль западногерманских концернов, цензура постепенно исключается из прессы и

---

<sup>14</sup> Союз немецких издателей журналов за 1999 г. [Электронный ресурс] URL: [www.vdz.de/pages/static/1814.aspx](http://www.vdz.de/pages/static/1814.aspx); данные Института изучения общественного мнения Европы «TNS – Инфратест» за 2000 г. [Электронный ресурс] URL: [www.tns-infratest.com/branchen\\_und\\_maerkte/mobile\\_internet\\_befragung\\_media.asp](http://www.tns-infratest.com/branchen_und_maerkte/mobile_internet_befragung_media.asp); исследования РИА «РосБизнесКонсалтинг» // РБК Daily. 2000. №6; Данные маркетингового агентства «step by step», июнь 2006 г. [Электронный ресурс] URL: [www.step-by-step.ru/marketing-research/b2b.php](http://www.step-by-step.ru/marketing-research/b2b.php); результаты анализа медиаисследования TNS Gallup Media, 2000 г. // Ведомости. 2000. №6; данные количественного исследования телерадиокомпании Deutsche Welle за 1998 г. [Электронный ресурс] URL: [www.d-welle.de/daten/1998/](http://www.d-welle.de/daten/1998/).

<sup>15</sup> См.: Göbel U. Zeitschriftengestaltung im Wandel // Vogel A., Holtz-Bacha Chr. (Hg.). Zeitschriften und Zeitschriftenforschung. Wiesbaden, 2002; Schlumenberger U. Korporations und Medien. Berlin, 2003; Wilke J. Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte. Von den Anfängen bis ins 20. Jahrhundert. Köln, 2000.

т.д.). Рассмотрены тенденции развития германских СМИ в ходе объединительных и постобъединительных процессов, среди которых стремление к большей регионализации изданий и расширению сети электронных СМИ. На проанализированном источниковом материале автор показывает трансформацию (основное направление которой, является преодоление экономического кризиса ГДР, вызванный быстрым ростом задолженности Западу и снижением эффективности производства) структур управления СМИ в объединенном государстве. Выявлены противоречия (напряженные взаимоотношения и недостаточное взаимодействие между институтами СМИ ФРГ и ГДР были вызваны различной социальной и политической эффективностью государственной власти, ее неустойчивостью и не способностью отвечать на «вызовы времени») в становлении СМИ восточных и западных федеральных земель Германии.

**Теоретическая и практическая значимость исследования** состоит в возможности получения достоверной и подробной информации об истории и эволюции развития средств массовой информации ФРГ на современном этапе. Данная работа дает возможность провести сравнительный анализ СМИ других зарубежных стран, получить точные данные о последних разработках немецких издателей и журналистов и их перспективах, дать историческую оценку произошедшим событиям. Это исследование может быть рекомендовано исследователям-германистам и аспирантам как исторический и теоретический материал о состоянии СМИ Германии после объединения, а также студентам факультетов журналистики и, в особенности, международной журналистики.

**Апробация исследования** проведена на XI научной конференции аспирантов и докторантов Московского гуманитарного университета (20 октября 2007 г., Москва), научной конференции «Молодежь и инновационное развитие России» (13 ноября 2008 г., Москва), VI Международной научной конференции «Высшее образование для XXI века» (19-20 ноября 2009 г., Москва).

**Структура диссертации** определяется логикой исследования в соответствии с поставленными задачами. Работа состоит из Введения, трех глав, девяти параграфов, Заключения, Списка использованных источников и литературы, Приложения.

## **II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования, оценивается научная разработанность, определяются объект, предмет, цель и задачи. Дана характеристика теоретико-методологической и источниковой базы диссертации, обосновывается научная новизна и теоретико-практическая значимость диссертационного исследования, а также представлены результаты апробации.

В первой главе **«Роль СМИ в общественно-политической истории Германии 90-х годов XX века»** проводится комплексный анализ

политической жизни ФРГ и роли СМИ в ней. Большое внимание уделено журналистскому фактору в развитии средств массовой информации Германии, а также идейным и социальным влияниям на становление СМИ Германии уже как единой страны.

В первом параграфе «СМИ и политическая жизнь ФРГ 90-х годов XX века» показывается, что восточные и западные СМИ Германии разделяло стойкое недоверие, особенно в начале 1990-х годов, когда процесс объединения только начинался. При этом выявлены исторические факторы, которые характеризуются тем, что после объединения Германии, общественно-политическими критериями единой нации стали: принципы конституции ФРГ, установка на достижение консенсуса всех групп общества, свободные выборы, периодичность сменяемости власти, свободная конкуренция и равенство партий, гласность политического процесса, плюрализм интересов, разнообразные и свободные от цензуры средства массовой информации. К факторам, которые способствовали всему перечисленному, автор также относит приверженность социальному рыночному хозяйству, НАТО и Европейскому Союзу.

Диссертант доказывает, что в результате общественно-политических перемен, на территории бывшей ГДР значительно изменился газетно-журнальный рынок ФРГ. Он больше не был направлен на социалистическое видение общественной жизни и постепенно лишился цензуры со стороны коммунистической партии. На востоке Германии переходный этап был кратким по времени и с четко сформулированной программой — для печатных СМИ он закончился к концу 1991 г. Возможность действовать на восточногерманском медийном рынке получили исключительно крупные издательства или экономически тесно связанные с ними средние газетные концерны. Попечительское ведомство своими решениями об изменении структуры рынка прессы ГДР и продаже бывших восточногерманских газет создало на территории бывшей ГДР новую экономическую и общественную структуру. С декабря 1989 г. по июнь 1991 г. в новых федеральных землях было учреждено 26 новых издательств, которые наладили выпуск 61 регионального издания<sup>16</sup>. По мнению автора, это заметно изменило газетный ландшафт Восточной Германии. В ходе кооперации с западногерманскими партнерами газеты бывшей ГДР были оснащены редакционными системами по обработке известий и статей, высокопроизводительными типографиями и новыми системами сбыта. По словам немецкого профессора Беккера, на востоке Германии произошла «колонизация СМИ»<sup>17</sup>. В результате западногерманские крупные издательства еще больше улучшили свое финансовое состояние. Концентрация печати, равно как и многообразие газетного, и журнального рынков единой Германии, увеличились.

---

<sup>16</sup> Федеральный Союз немецких газетных издателей [Электронный ресурс] URL: [http://www.bdzv.de/wirtschaftlivhe\\_lage+M5bec113638b.html](http://www.bdzv.de/wirtschaftlivhe_lage+M5bec113638b.html).

<sup>17</sup> Беккер Е. О соотношении подцензурной и коммерциализованной гласности в системе перемен в Восточной Европе // Вести Московского Университета. М., 1993. № 1. С. 18.

С изменением общественно-политического строя и реструктуризацией экономики бывшей ГДР исчезла печать коммунистической партии и пресса массовых общественных организаций. На смену партийной унитарности пришла многопартийность, а печатные издания стали перестраиваться на западный лад.

Исследования диссертанта выявили, что позитивным моментом в процессе преобразования печатных СМИ ГДР в прессу единой Германии явилось то, что газетно-журнальный рынок стал необычайно многообразен. После объединения каждый восточногерманский читатель мог без ограничений удовлетворить свои информационные и культурные потребности.

Во втором параграфе *«Журналистский фактор в развитии немецких СМИ»* анализируется личность журналиста как основного фактора в развитии СМИ. При этом диссертант утверждает, что продолжающаяся коммерциализация прессы в период 1990-2000 гг. приводила к ситуации, при которой профессия журналиста и журналистская этика оказывались ненужным излишеством. С другой стороны, деятельность немецкого журналиста и задачи, которые стояли перед ним, приобретали в то время все большую значимость. Сталкиваясь со сложными проблемами общества, люди стремились получать такую информацию, которая помогала бы им разобраться в происходящем. Им была необходима достоверная информация, позволяющая ориентироваться в окружающем мире, то есть СМИ (в лице независимых журналистов), которым они могли доверять.

Автором установлено, что немецкие средства массовой информации исходили из основной предпосылки – общество им доверяет и считает их информацию надежной. СМИ делали все возможное, чтобы снова и снова завоевывать доверие аудитории.

Подробное исследование диссертантом профессии журналиста в Германии в конце XX века показало, что работа в сфере СМИ являлась для немецкого гражданина непростым делом. Она требовала профессиональных знаний, способности почувствовать потребность аудитории, менталитета продавца, уверенности, творческого подхода к освещению общественных тенденций, умения использовать результаты исследований в области СМИ, высокой мобильности и выносливости с точки зрения напряженного и нерегламентированного режима работы. Несмотря на все эти требования привлекательность этой профессии, прежде всего у молодых людей, не снижалась. При этом автору удалось выявить тот факт, что именно повышение профессионального уровня германского журналиста способствовало резкому скачку в развитии СМИ всей страны.

В третьем параграфе *«Идейные и социальные влияния на становление СМИ единой Германии»* исследуется проблема ангажированности СМИ. Были выделены определяющие факторы в отношении национальных меньшинств в прессе. За различными требованиями данных групп, скрывалось не столько стремление к этнической идентичности и правовому равноправию, сколько желание сохранить

культурное наследие в виде старинных обычаев и спасти от забвения исчезающие диалекты и языки. Такая перемена воспринималась весьма положительно, так как демонстрировала как при помощи демократии, свободы передвижения и мира удалось преодолеть напряженность и найти путь друг к другу<sup>18</sup>.

Как показало исследование, проблема ангажированности СМИ существовала в Германии не только в период 1990-2000 гг. В связи с этим, открытое, всестороннее изучение данной тенденции было просто необходимо. Но нужно учитывать, что Германия в 1990 г. стала новым государством и структуры управления СМИ стали трансформироваться. Ангажированность со стороны правительства, церкви, коммерческих организаций, судей – все это было этапом для появления новых форм управления независимыми средствами информации и без данного этапа СМИ ФРГ просто остались бы на прежнем уровне развития.

Идейные и социальные влияния на СМИ исследованы на примере политики государства, которая была направлена на формирование и развитие средств массовой информации, происходило структурное вмешательство в определенном виде. Оно носило общий характер и только в единичных случаях имело отрицательные последствия для рынка.

Во второй главе *«История развития периодической печати»* проведен анализ периодической печати объединенной Германии. Автором подробно рассмотрены и исследованы газетный и журнальный рынки, а также особенности распространения прессы в период 1990-2000 гг.

В первом параграфе *«Тенденции газетного рынка объединенной Германии»* исследованы основные черты и тенденции газет после объединения ФРГ и ГДР. Диссертант показал, что восприятие печатных СМИ изменилось или, по крайней мере, в них усилились экономические мотивы. С начала 1990-х гг. Германия стала воспринимать СМИ как рынок, а журналистский и творческий труд – как продукт. Мощным стимулом к этому стало усиление конкурентной борьбы в связи с увеличением предложения на рынке печати, обусловленным техническим прогрессом, который, в свою очередь, был вызван появлением нового поколения полиграфического оборудования, новых телекоммуникационных технологий, инноваций в виде бесплатного распространения.

Исследуя тенденции СМИ ФРГ, соискатель установил, что при вторжении западногерманских издательских компаний на газетно-журнальный рынок бывшей ГДР в считанные месяцы изменили облик периодики на востоке Германии: уже в первой половине 1990 г. там распространялись 24 ежедневные газеты, принадлежащих западногерманским корпорациям. Газеты в Германии стали использовать различные формы подачи информации (Интернет, радиореклама и т.д.). В области печатной прессы каждый продукт являлся единственным в своем роде. При этом была огромная потребность в актуальной информации для

---

<sup>18</sup> См.: Шиви П. Культурные аспекты Германии // Журналист. 1999. №12. С. 44.

немецких редакций. В этих условиях была просто необходима чрезвычайно эффективная организация и структура немецкого газетного рынка. И именно в 90-е годы XX века эта задача стала решаться силами немецких издательств и журналистов, а газеты ФРГ смогли выйти на более высокий уровень.

Во втором параграфе «*Журналы ФРГ 90-х годов XX века: новые подходы*» показано, что в сегменте отраслевых, профессиональных журналов Западная Европа занимала лидирующие позиции в мире. Несмотря на то, что предпочтения рекламодателей все более смещались в сторону потребительского сегмента рынка, журналы продолжали быть мощной индустрией в Германии 1990-х годов.

Автор выделил основную особенность данного рынка – наличие многочисленных узкоспециализированных ниш, в каждой из них лидирующие позиции могли занимать различные издания, в том числе и слабо представленные на рынке журналы – которая добавила в немецкую журнальную отрасль новые веяния и подходы.

Особое место среди журналов Германии принадлежало научным изданиям. Одним из лидеров Европы в сфере научных журналов являлось немецкое издательство Axel Springer<sup>19</sup>.

После объединения страны, журнальный рынок стал расти быстрыми темпами, занял более высокий уровень. Автор установил новые подходы журнального рынка объединенной Германии: стремление к мини-форматам; уменьшение количества бесплатной журнальной прессы в связи с развитием Интернета; становление массовых телевизионных еженедельников как наиболее успешного типа журналов в Германии; развитие журналов с более редкой периодичностью – двухнедельных, ежемесячных, ежеквартальных – при сокращении числа еженедельных журналов; появление специализированных журналов как немедленный ответ на изменение потребительских привычек<sup>20</sup>.

В третьем параграфе «*Исторические особенности распространения периодической печати*» исследованы этапы распространения прессы, их особенности. Установлено, что распространение периодической печати в Германии осуществлялось по двум основным каналам - путем розничной продажи периодических изданий и путем доставки подписной периодики. С точки зрения читателей, эти два канала конкурировали. В некоторых немецких регионах высокий уровень развития транспорта, логистики и коммуникаций позволял сокращать сроки и затраты на оказание услуг распространения, создавая условия для успешной конкуренции между многими операторами. Даже в сельских и труднодоступных районах служба немецкого распространения периодической печати работала четко, конечно, не без помощи активных мер со стороны государства.

---

<sup>19</sup> Данные исследования РИА «РосБизнесКонсалтинг» // РБК Daily. 2000. №6. С. 6.

<sup>20</sup> Данные маркетингового агентства «Step by step», июнь 2006 [Электронный ресурс] URL: [www.step-by-step.ru/marketing-research/b2b.php](http://www.step-by-step.ru/marketing-research/b2b.php).

По мнению автора, одним из самых важных преимуществ немецкой системы распространения прессы являлось то, что она гарантировала выгодные условия работы всем участникам рынка. Розница и оптовое распространение получали гарантированный процент от продаж – не было ценовой и региональной конкуренции по одним и тем же изданиям. Заметным недостатком такой системы, с точки зрения «свободного рынка», являлось достаточно жесткое ограничение количества участников. Практически невозможно было стать еще одним новым оптовым распространителем.

Система распространения периодической печати в Германии после объединения страны стала более действенной. Появились четкие разграничения между оптовыми и розничными продавцами, что сказалось на своевременной организации продаж периодических изданий.

В третьей главе *«История развития электронных СМИ»* исследуются электронные СМИ Германии. Рассмотрены и проанализированы эволюция и перспективы телевидения, радио и сетевых СМИ в период 1990-2000 гг.

В первом параграфе *«Формирование телевидения ФРГ в 90-е гг. XX века»* анализируется ситуация на рынке, при которой к концу XX века телевидение ФРГ стало более гибким, готовым отвечать на различные нововведения. Появилось Интернет-телевидение, спутниковые трансляции. К концу 1990-х гг. стало очевидным, что телевидение Германии не станет проблемным источником информации и не будет сбавлять темпы развития. Оно стало повсеместно увеличивать свою аудиторию и добавило в немецкий медиаландшафт много нового.

Исследование показало, что к концу 1990-х годов, на пороге новой эры, телевидение в Германии стало трансформироваться и приобретать новый вид. Широкое применение цифровых технологий коснулось и ТВ ФРГ. С конца 90-х годов XX века оно распространилось практически по всей Германии. Население получило доступ к различным сервисам, новой информации, улучшилось качество вещания телевидения и радио.

Автор также провел анализ коммерческого телевидения Германии в период 1990-2000 гг., отмечая при этом, что немецкое частное телевидение действительно вышло в этот период времени на высокий уровень и стало отвечать всем требованиям современного мирового телевидения. Данный вид ТВ регулировался различными союзами, которые упрощали и разграничивали полномочия каналов, что делало их работу более продуктивной и давало толчок к дальнейшему развитию. Примером может служить Союз частных компаний радиовещания и телекоммуникаций (VPRT). Здесь были зарегистрированы и объединены предприятия из сферы телевидения, радиовещания, мультимедиа. Их главная совместная цель – содействовать развитию частного радиовещания и частных электронных СМИ в ФРГ.

Второй параграф *«История и перспективы радиовещания»* посвящен анализу радиовещания в Германии. Автор показывает, что, начав свой



бурный рост в начале XX века, радио в ФРГ к середине 1990-х годов стало очень сильным и востребованным средством массовой информации. Появлялись специфические немецкие нововведения, которые стали привлекать все больше внимания молодежной аудитории. Примером оригинального эксперимента можно назвать радиопрограмму в Кёльне, где была предпринята попытка обучения детей рисованию по радио на основе активизации творческой фантазии ребенка и, по оценкам специалистов, был достигнут положительный эффект.

Выявлено, что большое влияние на положение радио в системе СМИ оказывает взаимодействие центрального и регионального вещания. Они пошли путем, согласно которому регионы и центр должны не подменять друг друга (каждое отвечает специфичным требованиям аудитории), а дополнять. Радио в Германии в период бурного роста в начале и середине 1990-х годов, как и все местные СМИ, участвовало в создании единого информационного пространства для единой страны.

Автор смог установить, что на фоне информационной гонки, которая развернулась в середине 1990-х годов, радио Германии стояло как будто особняком. Но немецкие менеджеры сумели и этот источник информации развернуть лицом к аудитории, улучшить коммерческие показатели радиостанций и даже привлечь нового активного слушателя путем открытия сетевых радиостанций. Диссертант также отмечает, что сеть местных радиостанций сделала этот вид СМИ действительно народным: в каждом даже небольшом городе и поселке существовали земельные станции наряду с уже существующими центральными радиоканалами. Разнообразие данного источника информации сформировало огромную лояльную аудиторию, которая в период бурного роста более современных СМИ не только не отказывалась от радио, но и наоборот пополнялась все более и более молодыми немецкими жителями.

В третьем параграфе «*Становление онлайн-СМИ*» раскрывается тенденция - Интернет, пришедший в Германию, сделал в 90-е годы XX века огромный скачок в своем развитии. В конце 1998 г. у немецких нетрудоспособных жителей и инвалидов появилась возможность общения и иметь «весь мир под рукой». Сеть давала им возможность доступа к различным источникам информации: от библиотеки Конгресса США до Лондонского «Times», к новым информационным ресурсам, появляющимся каждый день.

Коммерческие способности немецкого Интернета к концу XX века стали необычайно велики. Также Интернет предоставлял комментарии и анализ электронных газет ведущими журналистами и аналитиками. Для всеобщего обозрения были доступны различные очерки и статьи. Такое развитие событий подстегнуло газеты на пересмотр своих миссий. Чтобы оставаться актуальными, они должны были использовать новые технологии для взаимодействия и более глубокого понимания своей аудитории, тем самым, выпуская продукт, который стал ближе отражать ценности и интересы читателей.

Исследование показало - чтобы выжить в таких условиях, источникам информации пришлось кардинально измениться. Издания стали тщательно изучать интересы своего пользователя и подбирать для него новости, суммируя изменения сетевых и информационных каналов. При этом из «однонаправленных» СМИ стали трансформироваться в «двунаправленные», то есть предполагалось полное взаимодействие с потребителем. Пользователи стали получать новости, их создавать, обсуждать и участвовать в событиях, что привело к появлению новых медиажанров.

Автор установил, что Интернет-издания Германии стали за последние годы явным конкурентом немецким печатным СМИ. Помимо средств массовой информации, представленных исключительно в сети Интернет, все федеральные и большинство региональных ежедневных газет продолжали создавать свои собственные электронные версии (в стране их насчитывается свыше 600)<sup>21</sup>.

**В *Заключении*** подводятся итоги диссертационного исследования.

Проанализирована история общественно-политической деятельности немецких СМИ как основного института современного демократического общества. Исторический анализ СМИ Германии в период 1990-2000 гг. показал, что в своем развитии их главным принципом стал принцип свободы слова как основного и главного составляющего элемента правового демократического общества. Были изучены законодательные акты, земельные Советы, всесторонняя правовая поддержка всех СМИ на всех уровнях, четкое разделение обязанностей, минимальное количество бюрократических издержек, благодаря которым СМИ развивались плавно и без крупных перипетий. В итоге установлено, что именно роль СМИ была одной из ведущих в становлении объединенной демократической Германии. Вместе с тем была выявлена проблема ангажированности некоторых средств массовой информации, что повлияло на дальнейшее развитие отдельных видов источников немецкой информации.

Рассмотрена история развития печатных и электронных СМИ в Германии, показаны их отличительные особенности и эволюция в период 1990-2000 гг. Охарактеризованы рынки газет, журналов, их способы распространения, а также подробно изучены рынки телевидения, радио и Интернета объединенной Германии. Выяснилось, что каждый из этих видов средств массовой информации имеет свои отличительные исторические особенности, которые зачастую были присущи только немецкому рынку СМИ. И печатные, и электронные СМИ сыграли большую роль в жизни страны в ее непростой переходный период.

Проведено исследование, которое выявило влияние на немецкое общество СМИ на современном этапе его развития. При этом очевидно, что воздействие средств массовой информации на немецкое общество в рассматриваемый период сложно переоценить. Оно стало более открытым,

---

<sup>21</sup> Исследования медиарынка ФРГ [Электронный ресурс] URL: <http://www.medialine.de/deutsch/forschung.html>.

современным и в некоторых областях даже передовым. Проанализировав множество составляющих рынка СМИ Германии, автором установлено, что средства массовой информации глубоко внедрились в современную немецкую жизнь. Даже на государственном уровне оказывалась всесторонняя поддержка средствам массовой информации, что ярко показывало влияние СМИ на государство в целом. Диссертант утверждает, что именно средства массовой информации оказывали сильнейшее влияние на общество в Германии. Установлена взаимосвязь политических партий и некоторых других общественных организаций со средствами массовой информации ФРГ. Эта тенденция наиболее ярко видна в период поглощения СМИ ГДР структурами ФРГ. Участие в политической борьбе средств массовой информации Германии тоже имело место.

На основании анализа исторических событий, исследованы доминирующие издания и определено их влияние на немецкую читательскую аудиторию. Были выявлены лидирующие среди них в каждой категории – газеты, журналы, телевидение, радио, Интернет СМИ. Автором также установлено, что, несмотря на пестрый рынок как печатных, так и электронных средств массовой информации, большую долю читательской аудитории имеют центральные издания и каналы. Среди них имеются как общественные, так и частные СМИ. Дана историческая оценка доминирования изданий в зависимости от условий их возникновения и деятельности.

По теме диссертации автором опубликовано 6 работ общим объемом 2,1 п.л.:

**1. Вильгельм К.Ю. СМИ в Германии конца XX века // «Власть». 2008. №4. С. 108-110. (0,3 п.л.).**

2. Вильгельм К.Ю. Телевидение Германии в период 1990-2000 гг. // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып. 81. М.: Изд-во МосГУ, 2007. С. 32-41. (0,5 п.л.).

3. Вильгельм К.Ю. СМИ в меняющемся мире: ситуация в Германии в конце XX века // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып. 85. М.: Изд-во МосГУ, 2007. С. 26-33. (0,3 п.л.).

4. Вильгельм К.Ю. «Реальность Массмедиа» Никласа Лумана // Историческое обозрение. Вып.8. М.: ИПО-ЗАО Мануфактура, 2007. С. 86-87. (0,2 п.л.).

5. Вильгельм К.Ю. Профессия журналиста в объединенной Германии // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып. 104. М.: Изд-во МосГУ, 2009. С. 77-84. (0,5 п.л.).

6. Вильгельм К.Ю. Историография истории СМИ в объединенной Германии 90-х гг. XX в. // Историческое обозрение. Вып.10. М.: ИПО-ЗАО Мануфактура, 2009. С. 91-94. (0,3 п.л.).

Подписано в печать 05.03.2010 г. Заказ №  
Формат 60x84 1/16. Объем 1,1 п.л. Тираж 100 экз.  
Издательство ННОУ ВПО «Московский гуманитарный университет»  
111395, Москва, ул. Юности 5/1.