**Типологические модели газетно-журнальной периодики ФРГ**

Глава из книги профессора Г.Вороненковой "Путь длиною в пять столетий: от рукописного листа до информационного общества (национальное своеобразие СМИ Германии)".

К основным типологическим характеристикам печати Федеративной Республики Германия относятся:

- во-первых, периодичность выхода газеты. Ежедневными в Федеративной Республике считаются газеты выходящие как каждый день, так и два-три раза в неделю;

- во-вторых, область распространения. Отсюда их деление на надрегиональные и региональные (или местные). Региональные газеты выполняют функцию местных, так как выходят под одной "шапкой" и имеют внутренне другую наполненность номера - так называемые местные части;

- в-третьих, адресат или аудитория, на которую рассчитано издание. В этом случае пресса подразделяется на качественную, качественно-массовую (смешанную) и бульварную. Характеристики классификации на эти типы идентичны отечественным. Почти вся традиционная надрегиональная пресса Федеративной Республики - качественная. Исключение составляет бульварная газета "Bild". Труднее определить тип восточных газет "Neues Deutschland" и "Junge Welt", так как под традиционные критерии они не подходят. Качественно-массовыми, как правило, являются региональные газеты. Внутри этой подсистемы в отдельную группу исследователи выделяют абонементные или подписные издания;

- в-четвертых, принадлежность печатного издания к той или иной информационной группе или издательскому концерну. Здесь эксперты выделяют десять монополистов (о чем речь пойдет ниже), за ними следует разделение на отдельные газетные, журнальные и другие издательские группы. Этот критерий считается важным, так как от позиции группы или концерна в определенной степени зависит политическая ориентация издания. Речь не идет и не может идти о политической ангажированности изданий - это в силу демократических традиций отсутствует и пресса независима, речь - о симпатиях той или иной политической партии.

Никто в Германии не спутает "Frankfurter Allgemeine Zeitung" с "Frankfurter Rundschau". Обе имеют в подзаголовке указание на то, что они "независимые, надпартийные”. Обе очень влиятельны. Однако первую можно условно назвать концептуально стоящей на позициях ХДС/ХСС. Это отнюдь не значит, что "FAZ" не критиковала правительство, когда оно было у власти. Критиковала, да еще как! Но ее симпатии - на стороне ХДС, поэтому она определяет себя как "традиционно консервативную”. "Frankfurter Rundschau" с момента основания не скрывает своих симпатий к социал-демократам. Ее ни в коем случае нельзя назвать печатным органом СДПГ. Она действительно независима в своих оценках, но в ее материалах и анализах сквозит социал-демократическая философия. "FR" и определяет себя как "леволиберальную".

Центристской в Германии считается "Süddeutsche Zeitung". Она старается не проявлять своих политических симпатий, поэтому определяется как "левоконсервативная", хотя выходит в Мюнхене - столице Баварии, создавшей ХСС. Практически все издания, выходящие от имени акционерного общества Акселя Цезаря Шпрингера, без натяжки можно назвать симпатизирующими ХДС. И это понятно, так как связано, прежде всего, с воссозданием концерна после окончания второй мировой войны. Именно правительство ХДС во главе с Конрадом Аденауэром дало возможность группе А.Шпрингера стать первым национальным конгломератом СМИ.

Большую группу, с которой начинается классификация печатной периодики, составляет ежедневная пресса, которая в свою очередь включает надрегиональную и региональную печать. Среди ежедневных газет Федеративной Республики 71 такое издание имеет тираж от 101 тыс. экз. ("Trierische Volksfreund") до более 4 млн. экз. ("Bild").

Источник стат. данных: Media-Daten // Handbuch der deutschen Werbeträger, 1995. 8.10.

§ 1. Надрегиональная печать

В Федеративной Республике Германияя принято считать, что к традиционным надрегиональным относятся следующие газеты:

"Süddeutsche Zeitung", "Frankfurter Allgemeine", "Die Welt", "Frankfurter Rundschau", "Bild" и "Tageszeitung" (табл. 13). Они отличаются друг от друга и по адресности аудитории, и по тиражам, и по количеству собственных изданий для страны. Первые четыре газеты, без сомнения, являются качественными изданиями, рассчитанными на политический и экономический истэблишмент страны.

Можно выделить две характерных черты этих газет: строгость оформления и высокий уровень аналитических материалов. Отличаются они и рекламными частями: здесь, как правило, размещается реклама респектабельных фирм и, соответственно, дорогих товаров. Все они выходят в нескольких изданиях, часть из которых рассчитана на регионы.

"Bild" - традиционная бульварная газета, а "Tageszeitung" считается газетой смешанного типа.

Таблица 13. Надрегиональная печать: данные о тиражах и количестве региональных изданий

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Название | Место издания | Количество публицистических единиц | Количество изданий | Тираж (в тыс. экз.)  1997 г. |
| 1. Süddeutsche Zeitung | Мюнхен | 1 | 14 | 404,5 |
| 2. Frankfurter Allgemeine | Франкфурт-М | 1 | 2 | 400,4 |
| З. Tageszeitung | Берлин | 4 | 6 | 62,2 |
| 4. Frankfurt Rundschau | Франкфурт -М | 1 | 11 | 189,3 |
| 5. Bild | Гамбург | 1 | 33 | 4957,6 |
| 6. Die Welt | Берлин | 1 | 5 | 216,8 |

 Крупнейшей по тиражу среди надрегиональных газет осталась "Bild Zeitung" - 4 957,6 млн. экз., в том числе, тираж восточного издания "Bild Zeitung-Ost" (678 тыс. 380 экз.). Прирост в 1997 г. по сравнению с 1995 г составил 2,4 %.

Самый большой тираж среди качественных ежедневных газет оставался у "Süddeutsche Zeitung. следом за ней идет "Frankfurter Allgemeine Zeitung”. Далее места среди надрегиональных из-даний распределялись так: "Die Welt", "Frankfurter Rundschau", "Neues Deutschland" ("ND") (тираж 70,1 тыс. экз.) "Die Tageszeitung". Как надрегиональная выходит "Junge Welt" (в справочной литературе по состоянию на 1995 г. приводился разный средний разовый тираж - от 34 261 до 27 529 экз.). "ND" имеет два издания: общенациональное и берлинское. Распределение суммарного тиража выглядело в 1995 г. так (таблица 14):

Таблица 14.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Издание | Типографский тираж | Подписка | Всего распространено |
| общенациональное  берлинское | 88 896  32694 | 72 319  26153 | 81 113  28263 |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

Газета продается в старых федеральных землях за 1,50 ДМ и за 1,20 ДМ - в новых землях и в Берлине. Несмотря на постоянные предсказания "скорой смерти" газеты "Junge Welt", она по-прежнему выходит. Ее сегодняшний издатель - "Agentur Adolf Werbung und Kommunikation". Газета печатается в издательстве "Azzurro Medienverlag GmBH" (бывшее профсоюзное издательство). Ее типографский тираж в 1995 г. составлял 34 тыс. 261 экз. По подписке расходилось 26 тыс. 106 экз. B 1998 г. общий разовый тираж газеты равнялся 19 тыс. экз.

Вместе с тем различаются тиражи надрегиональных газет в будние дни и в выходные. Так, субботний тираж западного издания "Bild" (в 1995 г.) составлял 3 млн. 983 тыс. 004 экз., в то время как в будние дни он был выше - 3 млн. 997 тыс. 472 экз.

По данным ежегодного справочника "Mediendaten", журналисты Федеративной Республики наиболее часто используют как источники информации "Spiegel", "Süddeutsche Zeitung", "Stern", "Frankfurter Allgemeine Zeitung", "Die Zeit", "Fokus", "Tageszeitung" ("TAZ"), "Фран-кфуртер рундшау", "Die Welt", "Bild", "Handelsblatt", о чем свидетельствует таблица 15.

Таблица 15. Что читают журналисты?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название | Издатель | Процент реципиентов |
|
| Spiegel | Spiegel | 66,7 |
| Süddeutsche Zeitung | Süddeutscher verlag | 46,6 |
| Stern | "Gruner & Jahr" | 37,1 |
| Frankfurter Allgemeine | Frankfurter Allgemeine | 36,2 |
|
| Die Zeit |  | 34,4 |
| Fokus | "Gruner & Jahr" | 29,3 |
| Tageszeitung ("TAZ") | "TAZ" | 24,5 |
| Frankfurter Rundschau | Frankfurter Rundschau | 23,2 |
| Die Welt | АО A.Springer | 22,2 |
| Bild | АО A.Springer | 21,8 |
| Handelsblatt | Handelsbalatt | 10,6 |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

В соответствии с типологией здесь собраны различные издания: надрегиональные ежедневные газеты, специализированные издания и информационно-иллюстрированные еженедельники. Представляет интерес исследование аудитории читателей качественной надрегиональной газеты "Frankfurter Allgemeine Zeitung”.

Итак, кто читает "FAZ"? По данным ежегодника "Mediendaten", состав читателей газеты (в процентном соотношении) выглядит следующим образом:

- 59 % всего германского истэблишмента,

- 60 % всех менеджеров немецких банков,

- 66 % всех управляющих делами и генеральных директоров,

- 67 % всех занятых в стратегических отраслях планирования народного хозяйства,

- 60 % всех занимающих ключевые postы в области фондовых и валютных рынков, организаций, занимающихся недвижимостью,

- 64 % всех занятых в финансово-банковских отраслях,

- 64 % всех занятых в пенсионных и других социальных фондах, во внутриотраслевых финансово-кредитных областях.

Отдельную группу составляют надрегиональные еженедельники, которые, как и в прошлые годы, пользуются большой популярностью. Всего их издается семь. Среди них лидирует "Die Zeit" (тираж 476 тыс. 927 экз.). Далее места по тиражам распределяются следующим образом:

"Bayern Kurier" (156 тыc. 796 экз.), "Rheinischer Merkur" (108 тыс. 269 экз.), восточная "Wochenpost" (103 тыc. 489 экз.), "Die Woche" (108 тыc. 287 экз.), "Deutsches Allgemeine", Sonntagsblatt" (80 тыс. 841 экз.). Первые три издания по немецкой типологии определяются как "политические еженедельники". Популярным специализированным экономическим изданием остается газета "Handelsblatt" с тиражом 132 тыс. 692 экз.

Изданий, нашедших свою "нишу" после объединения, немного. Это, в первую очередь, еженедельная газета "Die Woche" ("Неделя"), на 25 % принадлежащая группе Бурды. Первый номер ее вышел 18 января 1993 г. со стартовым тиражом в 300 тыс. экз. Еженедельник издается гамбургской группой "Jahreszeit Verlag". Через два месяца его тираж остановился на отметке в 120 тыс. экз. и развивается в сторону увеличения.

3 сентября 1990 г. в восточном Берлине увидел свет еженедельник "Freitag". Его создатели объявили, что он выходит вместо органа Культурбунда - еженедельника "Sonntag". Стартовый тираж равнялся 60 тыс. экз., в конце 1993 г тираж - 20 тыс. экз. В январе 1994 г. в Потсдаме создан журнал "Junge Freiheit" ("Юная свобода") от имени одноименного издательства. Его тираж равен 38 тыс. экз.

§2. Региональная пресса

Регионализация публикуемой информации - один из главных признаков современной ежедневной печати Федеративной Республики. Поэтому в Германии очень развита региональная пресса. Так же, как и надрегиональная, она имеет хорошую репутацию, благодаря высокому качеству комментарийных жанров.

В десятку крупнейших по тиражу ежедневных региональных газет входит "Westdeutsche Allgemeine", консолидированный тираж которой вместе с тремя издающимися под ее "рубашкой" газетами равнялся в 1998 г. 1 млн. 128,5 тыс. экз. Крупнотиражными являются "Freie Presse", "Mitteldeutsche Zeitung", "Sächsische Zeitung", "Rheinische Post", "Magdeburger Volksstimme" и "Hamburger Abendblatt", "B.Z.", издающаяся в берлинском доме А.Шпрингера. Надрегиональные газеты "Süddeutsche Zeitung" и "Frankfurter Allgemeine" занимают в общем списке 6-е и 7-е места.

Уже подмечено, что в восточных землях страны предпочтение отдается региональным, а не надрегиональным газетам. Четыре региональные газеты Востока Германии входят в десятку крупнейших по тиражам немецких газет и занимают 3-е, 4-е, 5-е и 9-е места. Это означает, что процесс регионализации характерен и для восточных земель. Самая крупная по тиражу "Bild Zeitung" имеет 33 издания, отличающиеся друг от друга местной хроникой и локальными рекламными тетрадками. Хемнитцкая газета "Freie Presse" и гальская "Mitteldeutsche Zeitung" выходят в 21 издании, дрезденская "Sächsische Zeitung" - в 23, "Тюрингер Allgemeine" - в 15.

В минувшее десятилетие продолжался процесс концентрации в СМИ. Считается, что множество регионально раздробленных изданий не могло быть рентабельным. Поэтому лишь 371 издательство (сравните: в 1995 г. - 381, в 1993 г. - 384) выступает в качестве издателей (Verlage als Herausgeber), имея для этого необходимую финансовую и техническую базу. Они выпускают 1582 издания.

Вместе с тем современный процесс концентрации рассматривается в Германии (и учеными, и практиками) как негативный. По их мнению, он привел к развитию таких издательских групп и издательств, которые в регионах распространения занимают монопольное положение. Следствием этого процесса стало и то, что из-за разделения регионов распространения между газетно-журнальными конгломератами более трети читателей не имеет возможности выбора между локальными газетами. Так, в 29 крупных городах из 84 выходит только по одной газете с местной хроникой. И даже там, где могла бы существовать конкуренция между местными и региональными изданиями, издательские группы не допускают этого, так как их финансовые интересы слишком тесно переплетаются. Это пока не характерно для Восточной Германии, но тенденция к подобному развитию уже наметилась (ср. таблица 16).

Насыщенность абонементными газетами

|  |  |
| --- | --- |
| Общее количество городов - 84 100 | Процент насыщения |
| в том числе: |  |
| \* города с одной местной газетой - 29 | 33,7 |
| \* города с двумя местными газетами одной издательской группы - 15 | 18,1 |
| \* города с двумя и более газетами по меньшей мере двух издательских групп - 40 | 48,2 |

По мнению немецких исследователей, жертвами концентрации стали и надрегиональные партийные газеты, и органы бывших массовых общественных организаций экс-ГДР.

И, наконец, это приводит к разорению экономически менее стабильных издательств. По данным эксперта в области СМИ В.Шютца, с 1993 по 1995 гг. количество "издательств как экономических единиц" уменьшилось на три, а с 1995 по 1997 г. - на десять. 1992 и 1993 годы были богаты на закрытие даже традиционных и старейших изданий Германии: например, газеты "Wolfenbüttler Zeitung", тираж которой в последние годы равнялся 7 900 экз. По мнению исследователя, это произошло из-за того, что в маленьком Вольфенбюттеле выходили две газеты в одинаковых "рубашках" региональной "Braunschweiger Zeitung”.

В то же время из 135 "публицистических единиц" около 55 % имеют тираж более 100 тыс. экз., и на эту категорию приходится почти 90 % общего ежедневного тиража всех немецких газет. Именно они сосредоточили в своих руках большую часть оборота от рекламы.

К газетам, имеющим позитивный имидж у читателей старых земель ФРГ и достаточно высокий тираж, относятся следующие региональные ежедневные газеты.

Таблица 17.\* (В скобках указано общее количество газет, издающихся в земле).

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название | Место издания | | | Область распространения | Тираж (1997) | |
| Земля Баден-Вюртемберг (17)\* | | | | | 2331,6 | |
| Зюдвест прессе | Ульм | | | Ульм, земля | 441,2 | |
| Stuttgarter Nachrichten | Штутгарт, изд. группа "Stuttgarter Zeitung" | | | Штутгарт, Баден-Вюртемберг |  | |
| Stuttgarter Zeitung | Штутгарт, изд. группа "Stuttgarter Zeitung" | | | Штутгарт, Баден-Вюртемберг, соседние земли | 151,8 | |
| Manheimer Morgen | Манхайм, одноименное изд-во | | | Манхайм | 182,3 | |
| Schwäbische Zeitung | Лойткирх, одноименное изд-во | | | Лойткирх, Баден-Вюртемберг | 193, 4 | |
|
|
|
|
| Бавария (24): | | | | | 2 992,7 | |
|
|
|
|
| Augsburger Allgemaeine | Аугсбург | | | Аугсбург, Бавария | 372,0 | |
|
|
|
|
| N&uuml;rnberger Nachrichten | Нюрнберг | | | Нюрнберг, Бавария | 311,1 | |
|
|
|
|
| Münchner Mercur | Мюнхен | | | Мюнхен, Бавария | 282,6 | |
|
|
|
|
| Берлин (9): | | | | | 1526,9 | |
|
|
|
|
| Berliner Zeitung | Берлин, A.Springer | | | Берлин - Бранденбург | 216,6 | |
|
|
|
|
| Berliner Morgenpost | Берлин, A.Springer | | | Берлин - Бранденбург | 184,1 | |
|
|
|
|
| Der Tagesspiegel | Берлин | | | Берлин - Бранденбург | 142,7 | |
|
|
|
|
| Berliner Kurier | Берлин | | | Берлин - Бранденбург | 301,9 | |
|
|
|
|
| Саксония: | | | | | ? | |
|
|
|
|
| Dresdner Morgenpost |  | | |  | 301,9 | |
|
|
|
|
| Бремен (3): | | | | | 350,4 | |
|
|
|
|
| Weser Kurier | Бремен | | | север Германии | 175,9 | |
|
|
|
|
| Гамбург (4): | | | | | 4 957,6 | |
|
|
|
|
| Hamburger Abendblatt | Гамбург | | | Гамбург, север Германии | 315,6 | |
|
|
|
|
| Hamburger Morgenpost | Гамбург | | | Гамбург, север Германии | 140,7 | |
|
|
|
|
| Гессен (14): | | | | | 1 545,7 | |
|
|
|
|
| Hessische/ Niedersächsische Allgemeine | г. Кассель | | | земля Гессен | 232,5 | |
|
|
|
|
| Frankfurter Neue Presse | Франкфурт/М | | | земля Гессен | 110,4 | |
|
|
|
|
| Нижняя Саксония | | | | | 1 634,4 | |
|
|
|
|
| Hannovresche Allgemeine Zeitung | Ганновер | | | Нижняя Саксония | 431,6 | |
|
|
|
|
| Nordwesteitung | Ольденбург | | | Нижняя Саксония | 225,6 | |
|
|
|
|
| Braunschweiger Zeitung | Брауншвайг | | | Нижняя Саксония | 211,4 | |
|
|
|
|
| Северный Рейн-Вестфалия (23): | | | | | 4 198,6 | |
|
|
|
|
| Rheinische post | Дюссельдорф | | | Сев. Рейн-Вестфалия | 403,6 | |
|
|
|
|
| Neue Westfällische | Билефельд | | | Сев. Рейн-Вестфалия | 224,9 | |
|
|
|
|
| Рейнланд - Пфальц (5): | | | | | 776,7 | |
|
|
|
|
| Die Рейнпфальц | Людвигсхафен | | | Людвигсхафен | 246,7 | |
|
|
|
|
| Саарланд (1): | | | | | 193,8 | |
|
|
|
|
| Saarbrücker Zeitung | Саарбрюкен | | | Саарланд | 193,8 | |
|
|
|
|
| Шлезвиг-Гольштейн (6): | | | | | 483,1 | |
|
|
|
|
| Schlezwig-Holstein-Presse | Фленсбург | | | Шлезвиг-Гольштейн | 175,7 | |
|
|
|
|
| Kieler Nachrichten | Киль | | | Шлезвиг-Гольштейн | 131,7 | |
|
|
|
|
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Если сравнивать объемы тиражей крупнейших земельных газет с аналогичными показателями предыдущих лет, то налицо наметившаяся тенденция к некоторому понижению тиражей. В то же время, по заключению экспертов Райнера Матеса и Штефана Далема, региональные газеты, несмотря на жесткую конкуренцию со стороны аудиовизуальных СМИ, остаются для читателей "первым и главным источником информации”. Аргументируя подобные выводы, они опираются на социологические исследования, которые показывают, что этот тип изданий популярен, так как:

- читатель получает газету дома и может уже за завтраком ознакомиться с новостями и местной рекламой,

- региональная газета более доступна: она всегда "под рукой",

- читатели отдают газете около 40 минут времени в течение дня, но всегда могут вернуться к заинтересовавшей их информации.

По подсчетам исследователей, на чтение (просмотр) одной страницы у читателей уходит 90 секунд, что значительно меньше, чем требуется для надрегиональной газеты.

Согласно исследованиям Матеса и Далема, 65 % читателей западных и 50% читателей восточных земель оценивают региональные газеты как "заслуживающие доверия", а их информацию как "достоверную", в то время, как даже общественно-правовое телевидение получает по этому параметру 46 % и 44 % (соответственно на Западе и Востоке).

При использовании ссылка на автора и правовладельца обязательна!

© Г.Ф.Вороненкова.

(Глава из книги профессора Г.Вороненковой "Путь длиною в пять столетий: от рукописного листа до информационного общества (национальное своеобразие СМИ Германии)". Издательство "Языки русской культуры", Москва, 1999).