

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ В ГЕРМАНИИ

Виталий Куренной

В работе дается характеристика структуры актуального состояния русскоязычных СМИ в Германии и ее информационных агентов. Предпринято описание основных параметров функционирования информационного поля русскоязычной прессы в Германии, дана его морфологическая (качественная) типология, общие и отличительные особенности основных элементов, образующих информационную систему русскоязычных печатных изданий.



Отдел русскоязычной прессы (г. Бохум, 5.08.2006)

1. ВЫБОРКА

Материалом для исследования является выборка русскоязычной печатной прессы, сделанная в течение одного месяца (август 2006 г., Земля Северная Рейн-Вестфалия¹). Данная выборка не является полной, и

¹ CPW является наиболее населенной землей ФРГ, и в ней проживает наибольшее число иностранцев (по данным на 31.12.2005: 1 927 383 (для сравнения в Берлине 466 518 (http://www.statistikportal.de/Statistik-Portal/de_jb01_jahrtab2.asp)), что является косвенным критерием широкого присутствия русскоязычных на этой территории (за отсутствием прямой статистики такого рода). Как пишет по этому поводу один из

требование полноты не представляется в принципе реализуемым, учитывая большое число небольших региональных (городских) изданий², а также редких и неперiodических изданий.

Необходимо также добавить, что в немецкие университетские и публичные библиотеки не поступает весь ассортимент русскоязычной немецкой прессы. Точнее, в крупнейшие библиотеки эти издания поступают крайне избирательно, причем значительную часть поступающих изданий составляют российские газеты, распространяемые в Германии.³

Выборка, однако, в достаточной мере отражает реальное информационное меню потребителя русскоязычной прессы, поскольку исчерпывает ее предложение в местах наиболее активной торговли печатной продукцией (главные вокзалы городов Бонн, Бохум, Дюссельдорф, Кёльн, Эссен и др.). Анализ осуществляется на «среднем уровне», требующем выделения основных типов, что, соответственно, исключает вхождение в детали содержания и специфики отдельных изданий. Всего наименований печатных изданий: 17. Из них газет: 10. Из выборки были исключены все российские издания, распространяющиеся в германской сети розничных продаж, телепрограммы и сборники кроссвордов.

2. РУССКОЯЗЫЧНЫЙ КОНТИНГЕНТ

Германия является страной с огромной русскоязычной диаспорой. В некоторых источниках приводится цифра около 5 млн. русскоговорящих, что позволяет отнести эту группу к самому крупному языковому меньшинству в Германии⁴.

По оценкам Николая Вернера (главы крупнейшего немецкого холдинга русскоязычной прессы), в Германии насчитывается 4,5 миллиона выходцев из бывшего СССР⁵.

Однако согласно наиболее распространенным оценкам число русскоязычных в Германии оценивается как не превышающее 4 млн («более 3 млн»). Затруднения с определением численности русскоязычного населения связаны с тем фактом, что как таковой не существует категории федеральной и земельной статистики, которая бы учитывала число «выходцев с территории СССР» (они, собственно, и составляют русскоязычный контингент в Германии). Данный контингент в Германии рассредоточен между следующими гражданско-правовыми категориям (если придерживаться наиболее распространенных оценок):

- «Переселенцы» («поздние переселенцы») - этнические немцы. Самая обширная категория, численностью более 3 млн.
- «Беженцы» (главным образом еврейского происхождения) – численность более 200 тыс.⁶
- Прочие – десятки тысяч. По непроверенным данным некоторых российских СМИ численность собственно «русской диаспоры» (т.е. тех, кто не попадает в первые две категории, но являются натурализованными гражданами Германии), оценивается в 45 тысяч.

русскоязычных немецких журналов, этот район ««густонаселен» не только переселенцами, но и различными «русскими» газетами» (Предприниматель. 2006. № 23. Июль С. 53).

² См., например, ежемесячную информационно-рекламную газету «Импульс», выходящую в Штутгарте (<http://www.istg.de>), ежемесячный берлинский журнал «Изюм» (<http://www.izum.de/>) – афиша и развлечения) и множество других изданий.

³ Так, электронный каталог Берлинской центральной библиотеке (<http://www.zlb.de>) предлагает лишь следующий перечень актуальной русскоязычной прессы в Германии: Берлинская газета, Еврейская газета, Известия, МК Германия, Московские новости, Русская Германия, Русский Берлин, Слово.

⁴ Статья «Русские в Германии» немецкой Википедии (http://de.wikipedia.org/wiki/Russen_in_Deutschland).

⁵ "Wir haben in Deutschland ein Potential von rund 4,5 Millionen Menschen, die aus der ehemaligen Sowjetunion stammen. Das ist wirtschaftlich überhaupt noch nicht ausgeschöpft worden" (цит. по <http://www.wams.de/data/2006/05/07/883223.html>).

⁶ В современных немецких СМИ (напр. Еврейская газета. 2006. № 9 (49). С. 15) принято считать, что по «официальным данным» в Германии проживает ок. 200 тыс. русскоговорящих евреев. Т.е. предполагается, что есть и неофициальные данные, превышающие эту цифру.

Согласно актуальной официальной федеральной статистике ФРГ выходцы из Российской Федерации фигурируют также в следующих категориях:

- Численность граждан РФ, приживающихся на территории Германии, — 185 931. Средний возраст — 35,3. Средняя продолжительность пребывания — 5,5 лет (сведения на 31.12.2005).
- Получение немецкого гражданства (натурализация) выходцами из РФ: 2002 г. — 3 734; 2003 г. — 2 764; 2004 г. — 4 381.

Наличие вышеперечисленных основных гражданско-правовых категорий находит свое отражение в структуре русскоязычных СМИ, где существуют специализированные издания для соответствующих категорий русскоязычных жителей Германии. В частности, «Еврейская газета» или газета «Земляки», ориентированная на немецких переселенцев.

Что касается политической активности этого контингента, то на этот счет существует следующее довольно устойчивое мнение: "Большинство русскоязычного населения в Германии не проявляет серьезной политической активности. Русские евреи держатся от политики далеко. Русские немцы предпочитают христианских демократов, а не социал-демократов"⁷.

С точки зрения более общей проблемы мигрантов в Германии следует отметить, что она вызывает постоянную озабоченность у немецких властей. Задача **интеграции** (о специфике этого термина в немецком общественно политическом лексиконе см. ниже п. 4.7) формулируется как важнейшая политическая и социальная проблема Германии. В августе 2006 г. в Берлине в ведомстве канцлера ФРГ прошел саммит с участием представителей различных объединений иностранцев и мигрантов. Результатом саммита стал выработка документа, способствующего решению проблемы интеграции (название документа: «Хорошо жить вместе — ясные правила» (Gutes Zusammenleben – Klare Regeln)⁸. Острота проблемы интеграции связана с тем, что в настоящее время в Германии, по оценкам правительства, проживает ок. 15 млн граждан, которые являются мигрантами или выходцами из иммигрировавших в Германию семей. По прогнозам к 2010 году к этой категории будет относиться каждый второй житель крупных городов моложе 40 лет.

3. ОСНОВНЫЕ МЕДИЙНЫЕ ИГРОКИ

3.1. «Werner Media Group»

Крупнейшей (по количеству изданий и их тиражам) и наиболее агрессивной из медийных холдингов на сегодняшний день является «Werner Media Group» (<http://www.wernermedia.de>), возглавляемая Николаем Вернером⁹. Планируемый оборот компании в 2006 году — 20 млн евро.

⁷ Независимая газета. 22 июля 2005.

⁸ См. (<http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2006/07/2006-07-12-integrationsgipfel-papier.html>).

⁹ Выходец из России. 1998 году — вице-губернатор Красноярского края. Подробнее о немецкой деятельности Вернера см. статью в газете «Welt am Sonntag» (<http://www.wams.de/data/2006/05/07/883223.html>), русский перевод (<http://www.inopressa.ru/sonntag/2006/05/08/15:04:21/werner>), а также материал Джуди Демпси (Judy Dempsey) «Голос переселенцев из России» ("The International Herald Tribune", 31 октября 2006) [<http://www.inosmi.ru/translation/230817.html>]. <http://www.inopressa.ru/sonntag/2006/05/08/15:04:21/werner>. О биографии и российской карьере Вернера: (<http://www.flb.ru/persprint/399.html>) и другие материалы (<http://www.flb.ru/kompromat/399/1.html>); о немецкой карьере: (<http://www.flb.ru/info/5752.html>) и (http://www.brief.kz/article/article268_2.php).

Вернер начал развитие своего бизнеса с покупки в 2002 г. старейшей на тот период русскоязычной газеты «Europa Center»¹⁰ и русскоязычной газеты «Восточный экспресс» (11 000 подписчиков на момент покупки), начав выпускать газету «Европа-Экспресс». Эта газета является **в настоящее время самой многотиражной русскоязычной еженедельной газетой в Германии**. Вернер планирует превратить ее ежедневное издание. При этом важно обратить внимание на то, что «Werner Media Group» позиционирует себя как «лидер на рынке русскоязычной прессы на территории Западной Европы», а не только Германии.

Сейчас группа выпускает следующие издания:

- «Европа-Экспресс» — иллюстрированная еженедельная газета с тиражом 120 000 экз.¹¹ (<http://www.euxpress.de> – архив с октября 2005 г.)
- «Берлинская газета» — региональное издание «Европа-Экспресс» для Берлина и Бранденбурга.
- «Еврейская газета» — иллюстрированная еженедельная газета с тиражом 50 000 экз. (<http://www.evreyskaya.de> – архив с декабря 2005 г.)
- «Jüdische Zeitung» — иллюстрированная еженедельная газета на немецком языке с тиражом 40 000 экз.
- «Вся Европа» — гляцевый журнал, выходящий шесть раз в год. Заявленный тираж 90 000 экз. (Номер за апрель-май 2007 г. вышел реальным тиражом 68 145 экз.) Позиционируется издателем как журнал «для космополитов, живущих в Европе или регулярно посещающих ее метрополии, курорты, деловые центры. С осени 2005 г. выходит специальными тиражами в России и на Украине». Хотя подтверждения последней информации найти не удалось, тем не менее, она весьма ярко характеризует планы развития журнала.
- «ТВ-Арена» — телевизионное приложение к газетам «Европа-Экспресс» и «Берлинская газета».

Выпустив «Еврейскую газету» на немецком языке Вернер, не только заявил себя в качестве игрока на рынке немецкоязычных медиа, но и сразу же обошел по тиражности газету «Jüdische Allgemeine», издаваемую Центральным советом евреев Германии. Свой успех Вернер объясняет тем, что жизнь еврейской общины в Германии стала за последние 15 лет более содержательной и пестрой благодаря миграции русскоговорящих евреев. В силу этого назрела потребность в издании новой еврейской газеты, имеющей собственную редакцию и экономически независимой.

В своей беседе с немецкими журналистами Вернер **подчеркивает свою ориентацию на интегративный и ассимиляционный характер медийной деятельности холдинга**: «Для Николая Вернера газеты стали вкладом в интеграцию. Темы статей, публикуемых на страницах его газет, стали немецкие и европейские реалии, а не возврат к старой родине, что практикуют туркоязычные СМИ в Германии»¹².

Группа стремится расширять и диверсифицировать свой медийный бизнес. В 2005 году Вернер пытался начать вещание радиопрограммы «Europa Zentrum» из своего здания на Мариенфельд (Берлин). Программа, однако, не вышла в эфир, так как власти земли Берлин-Бранденбург отказали ей в лицензии.

Помимо медийного бизнеса группа рассылает каталог «Семья», по которому можно заказать различные непродовольственные товары (главным образом продукцию из

¹⁰ Газета была основана в 1993 г. журналистом Юрием Зарубиным. О состоянии русскоязычной прессы в 1990-х см.: *Margolina Sonja*. Russische Zeitungen auf dem deutschen Pressemarkt // DIE ZEIT. 1997 (<http://www.zeit.de/archiv/1997/18/russisch.txt.19970425.xml>).

¹¹ Здесь и далее сведения о тираже — с сайта холдинга.

¹² (<http://www.inopressa.ru/sonntag/2006/05/08/15:04:21/werner>).

Восточной Европы). В 2005 году холдинг открыл сеть магазинов под названием «Ретро – вкус ностальгии», где торгуют продуктами из России и Восточной Европы. Поставкой различных товаров в Германию занимается предприятие «Peterhof», вошедшее в состав холдинга в 2004 г.

«Werner Media Group» оказывает, кроме того, услуги консалтинга, рекламы и маркетинга, ведет строительные работы, организует выставки и гастроли. На сайте «Werner Media Group» посетителей информируют, что в распоряжении группы находится «крупнейшая и самая актуальная база данных по русскоязычным клиентам в Европе»¹³.

3.2. «Русская Германия»

Крупнейшим конкурентом «Werner Media Group», против которого Вернер повел наступление после прихода на немецкий рынок русскоязычной прессы, является «Еженедельная независимая газета Русская Германия» (РГ). Помимо общегерманской версии с таким названием существует ряд ее региональных версий: в Берлине газета выходит как «Русский Берлин», в регионе Рур / Рейн – «Рейнская газета», есть также региональные издания «РГ Бавария», «РГ Гамбург», «РГ Ганновер», «РГ Франкия»¹⁴. В основной своей части газета, а также ее региональные «разночтения» полностью представлены на сайте (<http://www.rg-rb.de>)¹⁵. На сайте публикуется приложение «Что и Как» («ЧиК»), есть форум, раздел частных объявлений, а также раздел «Право», где содержатся подборка материалов РГ, так или иначе затрагивающих положение русскоязычных в Германии.

Выходит с 1996 года. Главный редактор — Борис Фельдман.

Общий тираж: 77 074 экземпляров, объем – 20 полос. Согласно данным для рекламодателей газета имеет 275 000 читателей. Кроме газет, этот же орган выпускает и ряд приложений к ним:

- «Не скучай в Германии» (развлекательное приложение);
- «Не болей» (медицина и здоровая пища);
- «Частные объявления» (частные объявления или объявления мелких фирм, самый большой раздел — знакомства);
- «Что и Как» («ЧиК») (информационно-правовое приложение);
- «Телемост» (программа передач российский, украинских и немецких телеканалов»)
- «Реклама».

Елена Байер (Коммерсант) следующим образом характеризует медийную стратегию Вернера в сравнении с множеством других русскоязычных изданий Германии: «37-летнего предпринимателя немецкие СМИ назвали "царевичем русского газетного бизнеса в Германии". Действительно, Николаю Вернеру принадлежит целая империя, в которую входят крупнейшие русскоязычные газеты и журналы страны. Издания WERNERMEDIA сразу можно отличить от продукции конкурентов по качеству печати и профессиональному макету. Николаю Вернеру удалось привлечь к сотрудничеству всех лучших русскоязычных журналистов. Новости немецкой политики, события международного значения, информация из России и стран СНГ, культура, спорт, жизнь русских в Германии - газета "Европа экспресс" остается флагманом постоянно растущей флотилии WERNERMEDIA. Другое издание, "Еврейская газета", не имеет конкурентов и поэтому пользуется большой популярностью в Германии и соседних европейских странах. Газета Neue Jüdische Zeitung, выходящая с лета 2005 года, стала настоящей сенсацией на немецком газетном рынке. Это первое "русское" издание на немецком языке, создающее достойную конкуренцию аналогичным газетам немецких издательств. В изданиях WERNERMEDIA нет любительских заметок и многословной кухонной аналитики, наводняющей прочие иммигрантские издания. Нет и литературных приложений, состоящих из графоманской лирики получателей социальной помощи, возомнивших себя гениями в изгнании. "Газеты и журналы - это бизнес. А успеха в бизнесе в долгосрочной перспективе можно добиться, только предлагая качественный продукт. Я не вмешиваюсь в редакционные дела, но не устаю повторять своим сотрудникам, что качество нашей продукции - залог нашего выживания", - говорит Николай Вернер (Цит. по: (http://www.brif.kz/article/article268_2.php))

¹⁴ Версии различаются региональными и рекламными вкладками, а также рядом полос в самой газете, отведенными под местную информацию.

¹⁵ На сайте выложен архив газеты с № 5 за 1999 г.

Региональные издания имеют своих ответственных редакторов, различаются рекламными вкладышами, а также основными материалами (так, 6 из 16 полос в Рейнской газете отведено региональной информации). Однако в той же Рейн-Вестфалии, где должна, по идее, распространяться Рейнская газета, фактически с тем же успехом можно встретить и ее общегерманский аналог — газету «Русская Германия».

Четыре последние полосы РГ (и региональных изданий) занимает раздел «Одна шестая» («Там, где был СССР»). Он верстается из информации ИТАР ТАСС (краткие информационные сообщения), а также содержит перепечатки статей из газет «Известия», «Комсомольская правда», «Московские новости», «Новая газета»¹⁶, а также фрагменты «По материалам российских СМИ». Материалы других (не российских) СМИ в своем большинстве даются со ссылкой на российский же ресурс inopressa.ru. Эти показатели свидетельствуют о **серьезной информационной зависимости газеты** от российских источников, и, следовательно, издание может быть охарактеризовано как **информационно несамостоятельное** (понятие «информационной несамостоятельности» раскрыто в п. 4.4.). На это указывает, в частности, такой факт: в № 32 (529) от 14.08.06 в рубрике «Только у нас» в РГ выходит статья Ю.Лужкова «Мы и Запад» (с. 6-7). Статья открывает напечатанная копия факса в редакцию газеты за подписью мэра Москвы. Однако публикация является простой перепечаткой статьи, опубликованной в середине июля 2006 г. в «Российской газете».

Необходимо также добавить, что в российской прессе неоднократно публиковались материалы, обвинявшие газету Фельдмана в несанкционированном заимствовании информации как из российских, так и их немецких источников.

Целевая аудитория РГ – русскоязычный контингент в Германии, на что прямо указывает девиз газеты: «Наше отечество — русский язык». Эту аудиторию также можно определить в соответствии с названием последней рубрики газеты («Одна шестая» - «Там, где был СССР»). В таком случае целевая аудитория — это жители бывшего СССР, объединенные общим прошлым опытом, соответствующими культурными предпочтениями и установками, а также сходными проблемами и интересами, связанными с их перемещением в Германию.

По своей информационной самостоятельности, полиграфическому исполнению, а также по плотности рекламы РГ уступает своему прямому конкуренту — газете «Европа Экспресс».

3.3. Печатные российские СМИ

Из числа изданий такого рода наиболее распространенными **газетами** являются «Известия», «Комсомольская правда», «Литературная газета», «МК-Германия» (тираж еженедельника в Германии 35 000 экз.), «Московские новости», «Секретные материалы», «Спид-Инфо».

В этой категории русскоязычной прессы в Германии представлены также **журналы**, выходящие в России. Однако необходимо отметить, что среди этой прессы нет **ни одного общественно-политического журнала**. Это гляцевая пресса (журналы «Гламур», «Космополитан», «Плейбой», «Караван историй» и т.д.), издания для матерей и женщин, журналы о здоровье, а также общепознавательные журналы (например, «National Geographic» на русском языке) и т.д. Как дань устойчивости культурным и интеллектуальным предпочтениям советского времени следует оценить наличие среди них таких журналов, как «Наука и жизнь», «Вокруг света», «Крестьянка».

Компания DMR Rusexpress GmbH. International Mediaservice (pressa.de) предлагает следующий перечень российских журналов: Cosmopolitan, Магия Cosmo, Burda, Крестьянка, Домашний очаг, Караван историй, Здоровье, Женское здоровье, Glamour,

¹⁶ Поскольку перечень указанных российских источников оставался в рамках выборки неизменным, можно допустить, что РГ имеет соответствующие соглашения с перечисленными российскими газетами.

Работница, Verena, Gala, Добрые советы, Приятного аппетита!, Кроссвордист, Худеем правильно!, Men's Health, Playboy, Мой ребенок, Мурзилка, Веселые картинки, Техника молодежи, GEO, Вокруг света, Наука и жизнь, National Geographic, Идеи вашего дома, Вестник ЗОЖ, Предупреждение плюс, Айболит, Совершенно секретно, Оракул, Домашний компьютер, Chip, Хакер, Total DVD, Мир новостей, Мир сканвордов, Мир зазеркалья, Спид-инфо, Спид-Sim, Спид-эгоист, Спид-Декамерон, Спид-супер, Спид-изюминка.

3.4. Телевидение

Русскоязычные российские и украинские каналы принимаются в Германии через спутниковые системы. Перечень принимаемых в Германии русскоязычных каналов (по состоянию на август 2006 г.):

Спутник Hotbird

- Первый канал
- РТР – Планета
- RTVi
- Детский мир
- Наше кино
- Аджария

Спутник Express

- Россия
- Культура
- МУЗ-ТВ
- СТС-Москва
- НТН
- Домашний

Спутник Sirius

- Планета-Спорт
- Первый Балтийский
- НТВ-Мир
- TV-5
- ТВЦі
- Интер-Плюс
- Эптер-Фильм
- Пятый канал
- ТЕТ

Спутник Astra

- Euronews
- Кино

Спутник Amos

- Тонис
- М 1
- СТБ
- ТРК Киев
- Киевская Русь
- 1+1
- К1
- К2

Спутник Eutelsat

- REN TV
- ТВЦ
- Кино клуб
- НТВ

О степени влияния телевидения говорит высокая плотность публикаций, посвященных актерам, играющих в современных российских телесериалах. В статьях, предваряющих, например, приложение «Телемост» к газете «Русская Германия», невозможно уловить модальности письма, указывающие на то, что о съемках очередного российского телесериала или о молодой российской актрисе пишет зарубежный автор для зарубежных зрителей. Таким образом, для постоянных зрителей **именно телевидение снимает барьер, отделяющий их от актуальной массовой российской культуры**. Эта актуальность, однако, имеет вполне определенный характер: на сегодняшний день это телесериалы и «светская хроника». С учетом российского опыта, можно заключить, что в эту группу зрителей и одновременно читателей русскоязычной прессы в Германии входят, в первую очередь, пенсионеры, а также лица, в бюджете времени которых значительную долю занимает пребывание дома (т.е. лица, находящиеся на социальном обеспечении). В этот же континуум культурного восприятия, нечувствительный к политическим границам, встраивается также большое число газетных материалов, посвященных советским актерам (общая память советского периода).

В структуре русскоязычной прессы Германии телепрограммы занимают важнейшее положение. **Некоторые издания являются, скорее, приложением к программе, а не наоборот**. Собственные телепрограммы издают основные медийные игроки (холдинг Вернера и «Русская Германия»), выпуск телепрограммы является самостоятельным

проектом компании Vem Media, выпускающей газету «TV-RUS» (издает также журнал «Предприниматель»).

3.5. Интернет-ресурсы

Существует огромное число доморощенных Интернет-сайтов, берущихся представлять некоторые или все сразу группы русскоязычного населения в Германии; имеется также большое число информационных ресурсов, каталогизирующих различного рода информацию, полезную для русскоязычных жителей в Германии (ни одни из них, однако, не претендует на исчерпывающую полноту в каком-то из информационных секторов). В большинстве случаев организаторам Интернет-сайтов хватает энтузиазма и ресурсов лишь на громкие заявления о начале нового проекта и на непродолжительные попытки по поддержанию активности сайта. Анализ этих ресурсов может заинтересовать, главным образом, психологов, и не представляет интереса для настоящего исследования. Из успешных и значимых для немецко-российских связей проектов можно обратить внимание на крупнейший успешно развивающийся портал **Germany.ru**, ориентированный на развитие немецко-российских культурных связей. Портал существует с 1999 г. Владелец Андрей Брукман.

Согласно найденной информации у Germany.ru более 350 000 зарегистрированных пользователей, ежемесячная посещаемость главной страницы — более 1,8 млн. Ресурс специализируется на организации в Германии концертов русских музыкантов (от рок-групп до исполнителей классики), информирует о значимых событиях в Германии, связанных с российской культурой (кинофестивали и т.д.).

4. СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ В ГЕРМАНИИ

4.1.

Русскоязычную прессу Германии можно разделить на две основные категории: **этнически**¹⁷ - и **культурно-ориентированную**. В первую категорию попадают издания, предназначенные, во-первых, для **этнических немцев (переселенцев)**, выходцев с территории бывшего СССР (прежде всего, из Казахстана и России), во-вторых, издания для **еврейских беженцев**. Ко второй категории относятся издания, ориентирующиеся на русскоязычную категорию как таковую. Из особенностей словоупотребления, следует отметить, что в органах печати первой категории постоянно используется термин **российские немцы**¹⁸, который включает в себя также немцев из Казахстана и других новых независимых государств, образовавшихся на территории бывшего СССР. В дальнейшем мы также будем использовать этот термин в таком же расширительном смысле.

4.2.

Само понятие «русскоязычная пресса» применительно к Германии требует уточнения, поскольку здесь, помимо собственно русскоязычных, выходит ряд **двуязычных изданий**. В нашей выборке оказались два типа изданий такого рода. Первый из них можно назвать

¹⁷ Термин «этничность» необходимо понимать с той поправкой, что речь идет также об определенной гражданско-правовой категории жителей Германии.

¹⁸ Это потрясающий лингвистический факт прекрасно иллюстрирует следующая цитата: «Наградой за труд выживания [репрессированным в СССР немцам] станут и явственные приметы возрождения *народа* — *российских немцев, живущих сегодня в Германии, России, Украине и Казахстане*» (Партнер. 2006. 9 (108). С. 11. Курсив мой — В. К.). Иными словами «российские немцы» — это *отдельный народ*, живущий в России, Казахстане и т.д., а также в Германии.

смешанным двуязычным изданием: Это, например, газета «Дипломатический курьер» (на русском языке), выходящая вместе с газетой «Russlanddeutsche Allgemeine Zeitung» (на немецком языке) (гибрид издается в Гамбурге). Материалы не дублируют друг друга. К числу смешанных двуязычных изданий относятся, главным образом, издания для этнических немцев (газета «Heimat – Родина») Второй тип можно назвать **параллельным двуязычным изданием**. К этому типу следует отнести культурно ориентированный журнал «Deutsch-Russischer Kurier» (ежемесячный журнал с тиражом 10 000 экз., существует с 1994 г.). Все тексты представлены здесь на двух языках: немецком и русском.

Функция параллельных двуязычных изданий состоит в облегчении **языковой ассимиляции** русскоязычных читателей в немецкой языковой среде. Относительно смешанных изданий, напротив, можно сказать, что их наличие указывает на **наличие устойчивой группы билингвальных читателей**.

4.3.

Новым медийным феноменом является появление газет типа «Jüdische Zeitung» (издается «Werner Media Group»). С учетом содержательной установки издателя, связанной с идеей возрастания в Европе роли евреев, выходцев из СССР, можно говорить о появлении печатных средств, способных функционировать как **обособленные группы влияния иммигрантского (и в данном случае еврейского) происхождения в немецкой языковой и культурной среде**.

4.4.

Для описания любого СМИ важно определить, является ли оно информационно-самостоятельным или информационно-зависимым изданием. **Информационно-самостоятельным** является СМИ, имеющее собственные каналы информации (корреспондентов, интервьюеров, аналитиков). **Информационно-несамостоятельным** является издание, заимствующее чужую информацию и, как следствие, характер ее интерпретации. Издания первого типа являются, как правило, и более качественными СМИ. Во втором случае издание является зависимым от информационных доноров. Второй момент – **актуальность информации**. Среди русскоязычных изданий Германии нет ежедневных газет или еженедельных журналов. Это означает, что эти издания в принципе не выполняют функцию информирования, отвечающего каким-то серьезным профессиональным или деловым интересам.

4.5.

Помимо информационной самостоятельности/несамостоятельности важнейшим параметром является, очевидно, **экономическая самостоятельность и несамостоятельность** издания. С точки зрения либерально-экономических моделей функционирования прессы, экономическая самостоятельность (самокупаемость и прибыльность) свидетельствует также об информационной и идеологической самостоятельности издания. При этом критики этой модели указывают на то, что эта самостоятельность в условиях современного рынка достигается лишь путем информационной примитивизации издания (популярна лишь «желтая пресса»). Основным источником экономической самостоятельности в современном медиа-пространстве является не критерий продаж или подписки на издание, а его привлекательность для рекламодателей. Большое число рекламы, причем рекламы корпоративной, свидетельствует об экономической самостоятельности издания.

Русскоязычные издания в Германии в подавляющем большинстве являются чисто коммерческими предприятиями. По этой причине можно считать, что в целом

русскоязычные СМИ сравнительно **адекватно удовлетворяют информационный спрос**, а значит и являются объективным «зеркалом» интересов русскоязычной группы. В то же время низкий профессиональный уровень исполнения этих изданий является диагнозом **низкого социального и экономического уровня** группы русскоязычных читателей. На это же указывает и структура рекламы в этих изданиях. В этих не размещают свою рекламу Мерседес или BMW, крупные немецкие или международные концерны и брэнды. Львиная доля рекламы (или объявлений) – это сфера услуг, мелкий бизнес, в лучшем случае – недорогие магазины. Таким образом, **русскоязычный читатель в Германии не является привлекательной целевой группой с точки зрения крупных немецких рекламодателей**. Исключение составляет лишь журнал «Вся Европа», представляющий интерес с точки зрения рекламы товаров «престижного потребления». Однако именно этот журнал не адресован читателю, проживающему именно в Германии, его целевая группа – высший и средний класс «русскоязычных европейцев».

4.6.

Организация информационных потоков по линии Россия → Германия имеет существенную **асимметрию** с точки зрения самостоятельности информационных агентов. Информационные агентства и службы, работающие в России на немецкий информационный рынок, представляют собой собственно **немецкие структуры**, ориентированные, прежде всего на немецкоязычного читателя. К таковым, в частности, относятся группа информационных агентств «Russland-Aktuell» (<http://www.aktuell.ru/>) (информацию лишь частично переводится на русский язык), предоставляющим информацию о России в целом, Москве, Петербурге и Калининграде; «Moskauer Deutsche Zeitung» (<http://www.mdz-moskau.de/>) и т.д. В то же время русскоязычные немецкие издания, значительная часть информации в которых посвящена России, такого рода **самостоятельных источников информирования не имеют**. По отношению к ним в роли **информационных доноров** выступает российская пресса и пресса других стран бывшего СССР, а также немецкие и другие издания и информационные службы.

4.7.

Применительно к рассматриваемой группе СМИ важно проводить различие между изданиями, идеология которых построена на идее **ассимиляции** русскоязычной целевой аудитории, и изданиями, идеология которых построена вокруг идеи **интеграции**. Если ассимиляция означает растворение в немецкой социальной и культурной среде, то интеграция означает сосуществование общностей с различными культурными укладами. При этом интеграция может сочетаться с **аккультурацией**. Под аккультурацией в немецкой литературе по проблемам мигрантов понимается усвоение ряда культурных и социальных навыков, необходимых и достаточных для существования в новой среде обитания.

Как будет показано ниже, русскоязычная пресса этнических немцев построена на идеологии ассимиляции, а русскоязычных евреев — на идеологии интеграции.

4.8.

Рассматриваемый материал немецкой русскоязычной прессы имеет одну ярко выраженную особенность, а именно **универсально-эклектичный** информационный характер. Издания имеют тенденцию к тому, чтобы выступать как **информационный микрокосмос**, предоставляя информацию для читателей с самыми разными интересами: от политики, художественной литературы, научно-популярных статей и юридических советов (пожалуй, одна из самых востребованных тем в русскоязычной прессе) до кулинарных рецептов и медицинских консультаций. Эта особенность, в большей или меньшей степени выраженная во всех русскоязычных изданиях, позволяет заключить, что

базовая социальная единица, которой они адресованы, - это **семья**, а не социальные группы, сформированные на основе профессиональных, имущественных или политических интересов. Семья, в свою очередь, является базовым структурным элементом как этнической, так и культурной макро-социальной группы. Также можно допустить, что именно семейное чтение позволяет русскоязычным СМИ в Германии определять численность своей аудитории как превосходящую тираж газеты примерно в 3,5 раза.

4.9.

Заметной отличительной особенностью русскоязычных изданий в Германии является **дилетантизм**. Это понятие включает в себя несколько признаков: особенности лексики и стилистики письма, низкий уровень компетентности и профессиональной осведомленности авторов, жанровый хаос и отсутствие четко выраженных форматов в изданиях. Однако **основной признак дилетантизма – резкий оценочный характер суждений, которые доминируют над собственно информационным содержанием публикаций**. Дилетантизм выражается в том, что журналист стремится донести до читателя свою эмоцию или «точку зрения», не уделяя или уделяя недостаточное внимание качественному сбору и корректной подаче информации. Особенно широко дилетантизм широко представлен материалах, связанных с СССР и современной Россией. Весьма часть эти материалы имеют немотивированно негативный характер, построены на риторических и пропагандистских штампах.

5. ТИПОЛОГИЯ И ОПИСАНИЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ИЗДАНИЙ ГЕРМАНИИ

5.1. ЭТНИЧЕСКИ-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ СМИ

5.1.1. ИЗДАНИЯ ДЛЯ НЕМЕЦКИХ ПЕРЕСЕЛЕНЦЕВ (РОССИЙСКИХ НЕМЦЕВ)

Основные органы печати, попавшие в выборку и предназначенные для этой целевой аудитории:

- Газета «Земляки»
- Газета «Heimat-Родина»
- Газета «Дипломатический курьер - Russlanddeutsche Allgemeine Zeitung»

Ежемесячная газета «**ЗЕМЛЯКИ**» (www.semljaki.de/) — архив газеты с № 7 2002 г.).



Газета дает лишь косвенную информацию о своем тираже: «Количество потенциальных читателей наших газет — более чем 300.000 человек. По тиражу и популярности мы занимаем одно из ведущих мест среди русскоязычных газет в Германии».

Структура издания: 20 полос информационная часть; рекламный блок, приложение «Вопросы и ответы», приложение «Neufeld – Versand» («Товары почтой»). Всего - 60 полос + рекламные вкладки.

Информационно-зависимое издание: общественно-политическая информация (новостям в России и Казахстане отведена вторая полоса газеты) почерпнута из российских (в частности с ресурса Newsru.com), казахстанских и немецких изданий.

Газета имеет отчетливую ассимиляционную направленность: первая полоса и развернутые материалы газеты посвящены **историям успеха** российских немцев в образовании, бизнесе и культурной жизни Германии.

С точки зрения коммерческой самостоятельности СМИ российских немцев в Германии, то «Земляки» на сегодняшний день является наиболее благополучным изданием, на что указывается объем рекламы, размещаемой в издании. В рассматриваемом ряду газет «Земляки» имеет и наиболее **информационно-эклeктичный** характер.

Ежемесячная газета **«HEIMAT-РОДИНА»**. Основана в декабре 1997 года, тираж выпуска составляет 45 000 экз. Объем 32 полосы, из которых 18 полос занимает реклама.

Газета стремится предлагать читателю **самостоятельную аналитику**, что находит себе выражение в том, что информация не просто компилируется, но пишутся обширные аналитические материалы на политические темы. Среди авторов аналитических статей встречаются российские граждане (в частности, сотрудники российских академических институтов). Однако **качество этой аналитики является крайне низким** в силу чрезвычайной ограниченности авторских ресурсов. Две полосы выпуска газеты от августа 2006 г., на которых размещены статьи, 1) о проходившем в России саммите G8, 2) о положении Польши в ЕС, 3) о Ближневосточном конфликте, написанные **одним автором**. В газете также широко представлены истории успеха российских немцев Германии. Показательно название рубрики газеты, посвященной молодежи: «Успехи нашей молодежи радуют, вселяют в душу оптимизм» (материалы на нем. языке (<http://www.zeitung-heimat.de/jugend/j00.html>)). В августовском номере помещено полосное интервью с кандидатом в мэры города Квакенбрюк Андреас Маурером, выступающим в качестве примера политически успешного «земляка» (т.е. российского немца).

Газета является **смешанным двуязычным изданием**, что отражается в ее заголовке, а также в размещении материалов на немецком языке (в совокупности объем публикаций на немецком языке – 1,5 полосы). Смешанный характер обнаруживается также в заголовках статей (материалу на русском языке может быть дан немецкий или параллельный немецко-русский заголовок).

Можно предположить, что ассимиляционная тенденция будет только усиливаться по мере исчезновения носителей памяти о советском социальном опыте. Один из считающихся известным среди российских немцев публицистов Александр Приб, следующим образом характеризует эту тенденцию на страницах газеты:

... все предыдущие годы усилия общественной и политической элиты российских немцев были направлены на отстаивание прав возвращенцев на родину, которые, начиная с 1993 года, систематически ущемлялись и продолжают и до сего дня ущемляться властью. Теперь в наших усилиях наметился некий новый крен, когда мы все меньше говорим о собственных проблемах, а все больше о проблемах всего немецкого общества (2006. № 8 (95). С. 5).

Газеты «Земляки» и «Heimat-Родина» являются основными органами печати, целевой аудиторией которых являются российские немцы. В нашей выборке оказалось еще одно издание такого рода (в силу низкой периодичности его, однако, сложно отнести к значимым СМИ).

В киосках Германии можно также встретить ежеквартальную газету **«ДИПЛОМАТИЧЕСКИЙ КУРЬЕР - RUSSLANDDEUTSCHE ALLGEMEINE**

ZEITUNG». 12 полос из них 1 полоса реклама. Можно предположить, что газета является дотационным изданием.

Образцовое смешанное двуязычное издание (о нем см. также выше, п. 4.2). Газета представляет собой орган печати для российских немцев и имеет сложную историю: она является немецким аналогом **советской немецкой газеты** «Фройндшафт», вышедшей с 1965 г. в Алма-Ате. В настоящее время в Алматы выходит, в свою очередь, газета «Deutsche Allgemeine Zeitung» (тираж 1500 экз.), казахстанский аналог «Russlanddeutsche Allgemeine Zeitung», не дублирующий ее, однако, по содержанию. Сайт алматинской газеты является двуязычным (<http://www.deutsche-allgemeine-zeitung.de>) и, как можно заключить из материалов сайта, эта двуязычность также имеет смешанный характер. Тематика алматинской газеты: биографические истории, информация о культурной активности немецкой общины в Казахстане, культурные связи с Германией.

Тематика газеты «Дипломатический курьер - Russlanddeutsche Allgemeine Zeitung» сконцентрирована вокруг **несчастной судьбы немцев в России** (поддержание коллективной памяти о страданиях, пережитых советскими немцами), о которой неустанно напоминают архивные и личные истории советских немцев, публикуемые на страницах газеты. Несмотря на то, что газета имеет казахстанское отделение («Deutsche Allgemeine Zeitung»), она является **информационно несамостоятельной**, общественно-политические новости о России и Казахстане черпаются из общедоступных информационных источников.

Общая характеристика

Печатные СМИ, адресованные аудитории «российских немцев», являются весьма однородными по своей ориентации и идеологии. Общим для всех является **установка на ассимиляцию в немецкой среде**, обсуждение и преодоление барьеров, которые этому препятствуют в немецком обществе. Ассимиляционная установка этих газет проявляется в широком распространении жанра **историй успеха** российских немцев и, прежде всего, молодежи в Германии.

При этом, однако, среда российских немцев испытывает **отчуждение двоякого рода**: от актуальной немецкой среды, в которую оно стремится интегрироваться, и от прошлой российско-советской среды, которая воспринимается и трактуется как враждебная по отношению к этническим немцам. Российский немец в том виде, как складывается его обобщенный портрет из информации в этой категории печатных изданий, **обижен дважды**: СССР и нынешней Россией за то, что он репрессирован и ущемлен в правах как немец; нынешней Германии за то, что он обижен и ущемлен в правах как переселенец. Показательно, что виртуальным собеседником этого немца является, главным образом, **российская, а не казахстанская власть**. В этом обнаруживается **советская стереотипность мышления российского немца, апеллирующего к центральной власти**.

Это двоякое отчуждение делает часть группы российских немцев, потерявших надежду на ассимиляцию в немецкой среде или недостаточно настойчиво ассимилирующихся, **склонной к продолжению миграционного движения в воображаемую «обетованную землю»**. Ярким примером этому является компания по созданию колонии-«кооператива» **в Парагвае**¹⁹, куда приглашаются российские немцы со страниц газеты «Земляки» и прилагаемой к ней рекламы из газеты «Aktuelles aus Paraguay». С культурно-аналитической точки зрения это означает, что российские немцы, испытавшие сложности ассимиляции в Германии, стремятся воплотить свой, по сути, **советско-колхозный идеал коммуны в некой экзотической стране, где «можно рыбачить и охотиться без**

¹⁹ Проект, агрессивно продвигаемый на страницах газеты «Земляки» компанией Neufeld GmbH. Имеет, правда, признаки финансовой пирамиды.

ограничений, как в Сибири»²⁰. Несмотря на то, что это явление не может иметь массовый характер, однако живой интерес к нему на страницах газеты «Земляки», вылившийся в жаркую дискуссию и обмен письмами между читателями («Уезжать или не уезжать?») «Почему мы хотим уехать из Германии в Парагвай?» и т.д.) недвусмысленно указывает на указанную проблему **двойного отчуждения** российских немцев.

Если отвлечься от этой парагвайской экзотики, то можно сформулировать следующие заключения и прогнозы относительно социального и культурного положения этой группы. Российские немцы, как можно заключить также и из идеологии предназначенных для них СМИ, ориентированы на безусловную ассимиляцию в немецком обществе. Однако их историческая память, весь их культурно-социальный опыт и навыки ставят их в положение **обособленной группы внутри немецкого общества**. Сама их численность создает при этом условия для консервации данной ситуации: в рамках этой обособленной общины, под ее языковым и культурным «колпаком» такой немецкий немец может, очевидно, прожить всю свою жизнь. Для этого он, в частности, обеспечен печатными СМИ, которые не только компенсируют его немецкую языковую некомпетентность, но и позволяют сопереживать сопричастность к группе, оказавшейся с ним в сходной социальной и культурной ситуации. Однако сколь бы долго эта обширная группа ни поддерживала свое существование, очевидно, что она обречена на все большую **маргинализацию**. Ее отчуждение от собственно немецкой среды или будет постепенно сниматься по мере ассимиляции новых поколений, или же будет приобретать **специфические социальные и культурные формы внутри немецкого общества**, уже без явной связи с советским опытом и русской культурой.

Существует, однако, ровно противоположная проблема: судьба немцев, оставшихся в России и в ее «ближнем зарубежье». И хотя эта тема не имеет отношения к настоящему исследованию, в действительности именно она является **потенциально весьма продуктивной в контексте сегодняшних российско-немецких отношений (в том числе и как политический ресурс России в отношениях с Германией)**. Дело в том, что по некоторым оценкам численность только российских немцев в смешанных браках на территории только России оценивается в 1,5-2 млн²¹. Причем применительно к этой группе продолжает ставиться вопрос о восстановлении **немецкой государственной автономии на территории РФ**. В качестве материала по этому вопросу к настоящему докладу прилагается фрагмент интервью с Гуго Вормсбехером (*Приложение 1*).

Жизни немцев в России посвящен Интернет-ресурс «Российские немцы: информационное пространство» (<http://eiprd.ru/>) — сайт Государственно-общественного фонда «Российские немцы» (создан по указу Б. Ельцина 15.12.1992)²².

²⁰ «Мы привыкли к нашим сибирским просторам, к рыбалке и охоте без ограничений. В Парагвае все это имеется. Но я уверен, что Парагвай хорош только для тех, кто намерен хорошо трудиться, а не просто «пожить в свое удовольствие» (из письма читателя (Земляки. Август 2006. С. 6). В этой цитате потрясающе проявляются все советские стереотипы и ценности: от привычки к нерегламентированному образу жизни, для которого германские рамки оказываются слишком тесными, до ценностей «труда», трудовой жизни, без чего стремление к комфорту рассматривается как предосудительное.

²¹ Дипломатический курьер - Russlanddeutsche Allgemeine Zeitung. 2006. № 3-4 (86-87) С. 5.

²² Фонд действует в рамках своей программы «Содействие созданию социально-экономических и социально-культурных условий для сохранения и развития немецкого этноса в Российской Федерации», значение которой в официальном письме Фонда характеризуется следующим образом: «28 февраля 2006 года, рассмотрена и принята к руководству для исполнения Концепция бессрочной программы «Содействие созданию социально-экономических и социально-культурных условий для сохранения и развития немецкого этноса в Российской Федерации». Статус бессрочной потому, что пока будут российские немцы в России, и будет действовать Государственно-общественный фонд «Российские немцы» созданный по указу Президента России и постановления Правительства Российской Федерации, данная программа будет стержнем в деятельности фонда и индикатором самочувствия немецкого этноса в Российской Федерации» (http://eiprd.ru/information/doc.php?id_a=2730&id_sec=9).

1.2. ИЗДАНИЯ ДЛЯ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ЕВРЕЕВ

- «Еврейская газета»



Ежемесячная «ЕВРЕЙСКАЯ ГАЗЕТА» (ЕГ) выходит тиражом 50 000²³. Печатается на 36 полосах; не содержит вкладок; в газете незначительно представлена реклама и частные объявления (последние занимают 1/2 полосы). Слоган газеты «В начале было слово». Отличается сравнительно профессиональной подачей информационного материала. Встречаются перепечатки из российских СМИ (так, в сентябрьском номере за 2006 г. помещена статья Александра Архангельского об Украине²⁴, расположенная также на сайте РИА Новости²⁵). Газета имеет плавающие

рубрики — информация на политические, социальные и культурные темы чередует друг друга. Газете, несмотря на наличие мощного социально-политического информационного блока, не удается избежать полностью информационного эклектизма (понемногу обо всем), характерного и для других русскоязычных изданий. Так, в газете присутствует непериодическая рубрика «Здоровье», юридическая консультация («Финансы и право»). Однако в сравнении с рядом других газетных изданий данные разделы в ЕГ незначительны.

Информационные материалы ЕГ в основной своей части увязаны с **жизнью еврейской общины во всех уголках мира**. Раздел «Культура» посвящен, соответственно, описанию культурной жизни евреев и историям жизни деятелей культуры еврейского происхождения. Новости из России и других частей света имеют несамостоятельный информационный характер и также заключают в себе этническую еврейскую подоплеку. Она выражается, по меньшей мере, в предпочтениях по отбору авторов и информационных поводов. Так, августовский номер размещает полосное выступление Станислава Белковского (российского политолога еврейского происхождения) на конференции «Другая Россия», состоявшейся накануне саммита G8 (хотя данное событие не было сколько-нибудь значительным информационным поводом в ходе указанного мероприятия).

Информационную несамостоятельность и при этом ценностную ангажированность газеты можно проиллюстрировать, проанализировав один из интересных и важных, на первый взгляд, информационных материалов августовского выпуска газеты за 2006 г., посвященный указу президента РФ «О мерах по оказанию содействия добровольному возвращению в РФ соотечественников, проживающих за рубежом». Название материала исчерпывающим образом характеризует его содержание: «Великого переселения россиян не будет». Оценки указанного документа в статье построены, во-первых, на высказываниях различных экспертов в российских СМИ. Основную часть публикации занимает интервью Е. Гонтмахера российскому информационному агентству REGMUM. Собственный информационный вклад газеты ограничивается письмом жительницы Кёльна в редакцию газеты «Европа – Экспресс» (газета принадлежит тому же холдингу, что и ЕГ), которая вместе с мужем пыталась вернуться из Германии в Россию. Из письма следует, что оформление соответствующих документов в России намного сложнее, чем в Германии. «Для нас стало очевидно, — заключает свой рассказ безуспешная реиммигрантка, — что родина там, где тебя достойно принимают и где о тебе заботятся. ... Пора возвращаться в Германию ...». Таким образом, собственно информационный вклад газеты — это типичная «life story», которыми переполнены русскоязычные издания

²³ На 09.2006 выпущено 49 номеров, из чего можно заключить, что газета выходит с августа 2002 г.

²⁴ Однополосная рубрика «Там, где был СССР» (название копирует аналогичную рубрику газеты «Русская Германия»).

²⁵ (<http://www.rian.ru/authors/20060803/52209192.html>).

Германии. В то же время сама обработка и подача информации имеет более профессиональный характер, чем во многих других русскоязычных СМИ.

Если отвлечься от конкретных информационных деталей и попытаться определить функцию русскоязычной «Еврейской газеты» в Германии, то можно сделать следующие обобщения относительно социальных и культурных функций данного СМИ. ЕГ является органом еврейской общины, которая заинтересована в том, чтобы, сохраняя свой обособленный общинный характер, выстраивать **интеграционное** взаимодействие с немецкой социальной средой. Для успеха данной политики необходимо формирование системы различий, препятствующих **ассимиляции** этнических евреев в немецкое общество. Наиболее мощными факторами, создающими такую систему различий, являются религия и культурно-языковая идентичность. Применительно к евреям-выходцам из «российского» пространства русский язык выступает, таким образом, фактором, который работает на интересы еврейской общины по следующей схеме: этнический еврей, носитель русского языка и соответствующих культурных отличий, попадая в немецкую среду, попадает в буферную зону еврейской общины. Для удержания его в сфере притяжения общины весьма эффективно использовать, в частности, медийное русскоязычное пространство. В свою очередь, община, выступая как социально-значимая сила, выстраивает свою собственную систему взаимоотношений с немецким обществом в рамках стратегии интеграции. Иными словами, неуспешная прямая ассимиляция этнического еврея в немецком обществе выступает как предпосылка реализации политики интеграции еврейской общины в целом. Это относится, разумеется, не только к выходцам из «российского» пространства, но к любым этническим евреям, которые рассматриваются общиной как ее естественные члены. Однако проблема работы данной схемы применительно к «российским» евреям имеет все же свою специфику. А именно, как отмечают авторы ЕГ, здесь плохо работает важнейший фактор, препятствующий ассимиляции, - религия. «Российские» евреи имеют крайне низкий уровень религиозности, что является базовым элементом идентичности еврейской общины. В силу чего акцент переносится на работу в языковой и культурной плоскости, что и находит свое выражение в мощных русскоязычных медиа этнической еврейской ориентации.

Декларации Николая Вернера: «Я не хотел, чтобы газета замыкалась на делах общины. Я считаю себя большим энтузиастом интеграции»²⁶, - не противоречат сказанному (цель именно **интеграция**, но, необходимо добавить, **не ассимиляция**), но лишь отражают тот факт, что идентичность «российских» евреев является намного более размытой, чем та, которую предлагает этничность и иудаистский религиозный фактор в чистом виде. Соответственно, газета, рассчитывающая на интерес данной группы, просто не может замыкаться на делах общины, поскольку она попросту растеряет основную часть своих читателей.

В качестве иллюстрации сказанного по проблеме интеграции и ассимиляции евреев в немецком обществе см. *Приложение 2*, содержащее выдержку статьи по данной проблеме в ЕГ, попавшую в нашу выборку.

Общая характеристика

Еврейские СМИ в Германии заинтересованы в сохранении и поддержании русского языка и элементов российской культурной идентичности. Однако эта политика является лишь элементом более общей стратегии, которая использует данные механизмы поддержания идентичности лишь как средства для решения задач консолидации еврейской общины и ее общинной интеграции в немецкое общество. В то же время сама масштабность использованная данных средств создает пространство, которое способно порождать самостоятельные эффекты независимо от данной генеральной стратегии. Главным

²⁶ Демпси Джуди. Голос переселенцев из России // The International Herald Tribune. 31 октября 2006. [<http://www.inosmi.ru/translation/230817.html>].

самостоятельным фактором при этом является **коммерческая ориентация** «Еврейской газеты». В силу этого внимание аудитории является более весомым фактором, чем реализация какой-то идеологической программы или определенных задач еврейской общины.

2. КУЛЬТУРНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ РУССКОЯЗЫЧНЫЕ СМИ

Самая обширная группа, включающая как газеты, так и журналы. Наиболее тиражными являются два крупнейших конкурирующих издания: газета «Европа Экспресс» (медиа-холдинг Н. Вернера) и газета «Русская Германия» (издается Б. Фельдманом). Наиболее популярный журнал — «Партнер».

Европа Экспресс

Еженедельная газета.

Подзаголовок: Europa-Express — größte überregionale russischsprachige Wochenzeitung Deutschlands (Европе-Экспресс — самая крупная межрегиональная еженедельная газета Германии на русском языке)

Издатель: Николай Вернер

Шеф редакции: Михаил Голдберг

Тираж: 120 000 экз.



Объем: 72 полосы из них 32 полосы — приложение с телепрограммой TV Арена.

Самая крупная (как по тиражу, так и по объему) русскоязычная газета Германии, выпускающаяся холдингом Н. Вернера. От основного конкурента — Русской Германии отличается лучшим полиграфическим качеством и более профессиональным исполнением материалов. Основные рубрики:

- Планета (политическая аналитика и новости),
- Германия,
- Регионы (немецкие региональные новости),
- Наш дом — Германия,
- Берлин,
- Там, где был СССР,
- Эксперт (правовые консультации, полезная информация),
- TV Арена (самостоятельный блок, включающий материалы о культуре и здоровье. Телепрограмму),
- Кино,
- Афиша,
- Криминал,
- Культура,
- История,
- Из рук в руки (частные объявления).

Общая тональность редакционных материалов о России — крайне критическая и оценочно-дилетантская²⁷. Раздел «Там, где был СССР» наполняется перепечатками статей из европейской прессы (информационная несамостоятельность, уравновешенная большим числом редакционных статей)

²⁷ Ср. начало статьи, комментирующей подписание В. Путиным статьи об усилении ответственности за экстремистскую деятельность (№ 32 (440) 07.08.2006. С. 14 (Виктор Франк. Пора закручивания гаек: Теперь любой критик становится экстремистом): «В России сделано несколько шагов к удушению общепринятых в демократических государствах гражданских свобод и установлению тотального контроля над обществом». Ср. там же передовицу в этом же номере, освещающую вопрос о приемнике В. Путина.

Русская Германия



Локальная версия для земли Северная Рейн-Вестфалия — **Рейнская Газета**

Еженедельная газета

Выходит с 1996 года.

Издатель: ReLine GmbH

Управляющий: Дмитрий Надь

Главный редактор: Борис Фельдман

Общий тираж: 77 074 экземпляров, объем – 20 полос. Согласно данным для рекламодателей газета имеет 275 000 читателей.

Характеристику газеты см. выше (§ 3.2).

Партнер-Partner. Monatliche russisch-deutsche Informationszeitschrift (Ежемесячный немецко-русский информационный журнал).

Слоган журнала: «Цель-интеграция»



www.partner-inform.de

Издатель журнала: Михаил Вайсбанд,

Издается в Дортмунде.

Тираж – 20 000 экз.

Объем – более 106 полос (из которых 38 – объявления и реклама).

Наиболее популярный ежемесячный русскоязычный журнал Германии, выходит в свет с 1997 г. (№ 107 на август 2006). Материалы только на русском языке.

Основные разделы (разделы с содержанием сгруппированы тематически, реальная последовательность материалов в журнале отличается от тематической)²⁸:

- *Новости*: короткие новостные сообщения «по материалам европейских СМИ», основные темы посвящены Германии.
- *Политика*: материал о немецкой внутренней политике (реформа здравоохранения и т.п.). В августе-сентябре 2006 г. основные материалы посвящены арабо-израильскому конфликту в Ливане, причем все они имеют отчетливо идеологический характер: защита действий Израиля, ожесточенная критика политики России, критика освещения конфликта в немецких СМИ и т.д., митинги солидарности с Израилем в Германии (об арабских митингах не упоминается). Показательно, что в сентябрьском номере за 2006 г. одна полоса посвящена 65-летию указа ВС СССР о переселении «российских немцев» из мест проживания в отдаленные районы страны, а 4 полосы – теме арабо-израильского конфликта.
- *Информация* (самый большой тематический раздел): комментарии по поводу самых разных правовых аспектов существования иммигрантов (главным образом «беженцев»), а также комментарии по различным практическим правовым вопросам, связанным с жизнью в Германии (семейное право, рекламация купленного товара). В августовском номере на одной полосе без комментариев дана информация о программе добровольного переселения граждан в Россию.
- *Интеграция*: комментарии относительно изменений в законодательстве для мигрантов, описание истории культурных объединений и клубов.
- *Работа и учеба*: информация о трудоустройстве и учебе, различные комментарии по поводу трудового законодательства и трудовых отношений.
- *Семья и школа*: проблемы знакомств «по объявлению», образования для детей.
- *Деньги*: краткая информация по поводу инвестиций в ценные бумаги и т.п.
- *Здоровье*: советы относительно различных аспектов сохранения здоровья.
- *Уголок гурмана*: кулинарные рецепты.

²⁸ Список разделов дан по номеру 8 (107) за 2006 г. В других номерах разделы могут варьироваться.

- *Человек и общество*: весьма разнородный раздел, куда входят размышления психологического толка «о благодарности», рассказы о разных замечательных представителях из среды мигрантов, интервью с немецким журналистом, долгое время проработавшем в СССР и России.
- *История*: Очерки просветительского характера, о войне, о политических деятелях и т.п.
- *Культура*: очерки по истории художественной культуры, о деятелях культуры, заметки о некоторых культурных событиях, так или иначе связанные с русской культурой.
- *Литература*: литературные и поэтические произведения мигрантов; на одной полосе — анонсы нескольких книг на русском языке (включая переводы с других языков), изданных в России, список книг для заказа через сеть «Невский проспект» (newskijprospekt.de).
- *Спорт*: спортивные новости.
- *Досуг*: информация для путешествующих и отдыхающих, а также информация о культурных мероприятиях.
- *Юмор; кроссворд; шахматы*.

Журнал можно квалифицировать как **культурно-ориентированное** издание. Основной содержательный акцент при этом сделан на разъяснительной правовой информации, представляющей интерес как для всех русскоговорящих, испытывающих трудности с адаптацией к новым условиям (права потребителей в Германии), так и для отдельных их гражданско-правовых категорий. В материале, попавшем в выборку, отчетливо доминирует информация, связанная с положением «беженцев» (включая такие специальные темы, как, например, комментарий по поводу соглашений о выплате пенсий между Украиной и Израилем). На категорию беженцев как на основную в целевой аудитории указывает также и специфика политического блока, имеющего отчетливый израильский характер.

Главная отличительная особенность журнала: **издание переполнено объявлениями, связанными со сферой мелких услуг, предоставляемых для русскоязычного населения Германии со стороны русскоязычного же населения** и простирающихся, как заметил в одной из своих статей Г. Гусейнов, от рождения до погребения. Журнал, таким образом, является не только традиционным для русскоязычных изданий в Германии информационным микрокосмосом по своему содержанию, но и через систему объявлений позволяет **подключиться к сфере всевозможных услуг, востребованных и предлагаемых русскоязычным миром в Германии**.

Газета Вести

Слоган: Газета, которую читают! Подзаголовок: Политика – Факты — Комментарии — Общество — Спорт — Юмор — Культура.

Ежемесячная газета. В августе 2006 г. вышел 51 номер газеты.

Объем: 32 полосы

Эклектичное издание, с подвижным набором рубрик. Отличается от многочисленных аналогов регулярным полосным материалом на религиозные темы (рубрика «Вера и жизнь», по содержанию, видимо, связана с каким-то протестантским направлением²⁹), ряд материалов — в форме интервью или статей — посвящены знаменитостям. В номере газеты, попавшей в нашу выборку (08 (51) август 2006) содержится интервью с Петром Авеном (перепечатка из газеты «Совершенно секретно»), интервью с историком Виктором Брулем (автор книг о судьбе немцев в России), интервью с актером Анатолием Равиковичем, полосная об Олеге Дерипаске (с. 16). В остальном — стандартный набор практических и юридических советов («как зарегистрировать свою фирму?»), информационная нарезка из разных изданий, советы психолога. В попавшем в выборку номере выделяется агрессивная реклама (4 полосы) разных чудо-лекарств, в том числе средств, разработанных в недрах «русского» ВПК «исключительно для спецназа» (фирма

²⁹ В июльском номере за 2006 г. помещен материал о чудесных исцелениях, происходящих в «церкви христиан веры евангельской», образующих в Малоярославце (!) центр «Воскресенье».

www.medquanet.de). Целевая аудитория — культурно-универсальная, однако по содержанию можно заключить, что в первую очередь это все же **переселенцы** (на это, во частности, указывает наличие полуполосного обзора «Переселенцы в зеркале немецкой прессы»).

Взгляд. Информационно-познавательное периодическое издание.

Слоган: Ваш собеседник в Германии

Газета издается с 2005 г. Периодичность 1 раз в 2 месяца (в выборке № 5 (7) за 2006 г.)

Объем 32 полосы.

www.WSGLAD.de

Типичное универсально-эклектичное и информационно-несамостоятельное издание, рассказывающие обо всем понемногу. Функция издания – формирования общего фона осведомленности на самые разнообразные темы³⁰. Исчерпывающее представление о содержании газеты дает простой перечень ее разделов (фактически все материалы – мелкая нарезка фрагментов, полосный материал в выпуске только один (посвящен российской оперной певице Анне Нетребко)): Германия, Мир, Бывший СССР, Экономика, Наука, Деньги, Право, Профессия, Бизнес, Образование, Семья, Дети, Культура, Общество и религия, Здоровье, Авто & Камера, История, Кто есть кто, Путешествия, Отдых, За рулём, Судьбы, Дома, Спорт & фитнес, От наших читателей, Калейдоскоп, Личная жизнь, Досуг, Эрудит.

Газета фактически не содержит рекламы и едва ли имеет долгосрочную коммерческую перспективу. Тон ряда авторских материалов оценочно-неприязненный как по отношению к советскому обществу, так и по отношению к современной России.

Делу время

Ежемесячная рекламно-информационная газета. Подзаголовок Deutsche Zeitung auf Russisch (Немецкая газета на русском языке)



www.delu-wremja.de

Главный редактор: Svetlana Schieber

Объем: 32 полосы

Стандартная универсальная газета на жизненные темы (без политики и новостей). Выделяется облегченным форматом (материалы – менее чем на полосу). В газете большой раздел женских объявлений о знакомствах.

У газеты есть приложение «Делу Время. Европа. Оптовик» - справочник товаров и услуг восточноевропейских производителей и поставщиков, предназначенный для оптовых и розничных покупателей и потребителей Европы. Выходит 4 раза в год, тираж 5 000 экз.



Контакт-Шанс + TV-7

Еженедельная газета

Слоган: «Говорим понятным языком»

³⁰ Включая, например, такую (приводится как пример дилетантизма): Вопрос: «Для чего нужна философия?» Ответ: «Многие убеждены, что философия наука бесполезная: пустые разглагольствования и всё. Однако такое суждение в корне ошибочно, так как философия имеет древнюю историю и глубокие корни в любом обществе. Тут необходимо отметить, что речь идет не о марксистско-ленинской философии, которая не получила широкого распространения, а о философии как о древней общественной науке» и т.д. (раздел «Эрудит»).

Издатель: Allo System GmbH (Köln)

Объем: 66 полос из них 24 — газета с расписанием телепрограмм (TV-7).

Издается, видимо, с конца 2005- начала 2006 г. (на 07.08.2006 вышло 32 номера).

Стандартное эклектичное издание, главным «стержнем» которого является телепрограмма. Однако при этом в газете много авторских материалов (хотя один и тот же автор может присутствовать в номере с несколькими большими материалами), а также есть специально для издания взятые интервью (в частности, с О. Газмановым). Первые информационные рубрики:

- Германия. Мир.
- На просторах СНГ
- Расследование (политическая аналитика).

Далее стандартный набор — юридические консультации, товары («Как правильно выбрать матрац?»), истории жизни, письма читателей (в выборке — скептическое письмо беженца о перспективах программы переселения соотечественников в Россию и Казахстан), интервью с поэтессой Ольгой Бешенковской (Штутгарт), материал о художнице Марией Романовской, медицинские советы, здоровье и косметика, светская жизнь знаменитостей, рассказ, кулинарные рецепты, консультации психолога, отдых и достопримечательности, частные объявления, сканворд, гороскоп.

Кругозор-плюс. Ежемесячная газета

Слоган: Верни себя к жизни! С нашей газетой!

Издатель: Александр Йохим (Alexander Jochim)

Тираж: 7 000 экз. (согласно рекламной информации на 2007 г. – 155 000 экз. (!))

Объем газеты: 56 полос.

В выборку попал № 7 (08) июль 2006 г. (издается с конца 2005).

Универсально-эклектичное издание, отличающееся:

- Фактически полным отсутствием политических новостей;
- Очень небольшим разделом юридической консультации (полторы полосы)
- Акцент на литературе (большие фрагменты (4 полосы) повести с продолжением), рассказы и поэтические произведения)
- Обширные занимательные, научно-популярные материалы, экзотические факты, статьи психологов на самые разные жизненные темы.
- Материалы о деятелях культуры и специально для газеты взятые интервью с ними (в частности, с Н. Басковым, актером С. Стругачевым)
- В новостной сфере акцент на спорт, автомобильные новости.

Если эту газету рассматривать как выражение определенного тренда, то можно сказать, что она адресована контингенту, который деполитизирован, не нуждается в адаптационной информации, но сохраняет лишь «культурную» (необязательную, развлекательную) русскую культурную самоидентификацию.

Deutsch-Russischer Kurier: Die erste deutsch-russische Monatschrift in Deutschland – Первый в Германии ежемесячный русско-немецкий журнал

Ежемесячный журнал. Существует с 1994 г.



Издатель: Dipl. WirtschaftsIng. (FH) Reinhold Schütt

Тираж 10 000 экз.

Объем: 46 полос

Небольшое, но сравнительно профессионально сделанное издание, особой учебной направленности. Все тексты представлены здесь на двух языках: немецком и русском. Основные разделы: Хроника месяца

(подрубрики: новости о переселенцах, новости о мигрантах, здоровье, культура, спорт, новости СНГ), интервью, экономика и общество, консультация адвоката. Журнал призван облегчить для русскоязычных жителей Германии усвоение немецкого языка. Этому принципу, например, подчинены кроссворды, публикуемые в журнале (перевод слов с русского на немецкий язык).

3. БИЗНЕС-ИЗДАНИЯ

Предприниматель – Unternehmer

www.predprinimatel.de

Ежемесячный журнал, в июле 2006 г. вышел 23 номер (т.е. выходит с 2004 г.). Объем – 66 полос.

Издатель журнала – Алекс Бем.

Тираж – 10000. Издается в г. Кобленц. Цветная печать на газетной бумаге.

Журнал входит в холдинг «Алекс» (Alex GmbH (alex-group.de)), занимающийся полиграфией, издательством, маркетингом и рекламой. В него же входит подразделение Bem Media, выпускающее газету «TV-RUS» (тираж более 60 000 экз.).

Постоянные рубрики — новости делового мира (ок. 20 полос), включающие разделы:

- Новости Германии
- Новости Европы
- В мире
- Российско-германские отношения (как правило, один материал, освещающий как экономические, так и политические аспекты русско-германских отношений).



Далее следуют сильно варьирующиеся от номера к номеру рубрики, включающие в себя, главным образом, различные советы мелким предпринимателям правового, организационного, финансового и проч. характера, «истории успеха», но встречается и бытовая правовая информация, например, компенсация ущерба при ДТП.

Новостной раздел является информационно-несамостоятельным, составлен по материалам различных зарубежных СМИ, а также изданий: «Мое дело», «Российский продовольственный рынок», «Новости торговли».

Журнал «Предприниматель» на фоне множества других изданий, организованных по принципу «информационного микрокосмоса», **выделяется своим специализированным характером и фактическим отсутствием непрофильных тематических рубрик.**

Основанием для этой специализации является, видимо, следующее: **в сфере мелкого предпринимательства русскоязычность в Германии выступает как форма символического капитала, облегчающего транзакционные издержки ведения бизнеса. Журнал является, по сути, узлом коммуникации сети мелкого русскоязычного предпринимательства, содействуя развитию деловых контактов, опирающихся на коммуникативное преимущество общего языка и культурного фона**³¹.

Журнал старается освещать все события делового характера в российско-германских отношениях и соответствующие мероприятия (выставки и т.п.) на территории Германии. Так, попавший в нашу выборку номер за июль 2006 г. содержит интервью с представителями Торгово-Промышленной палаты РФ³², а в рубрике «Российско-

³¹ Так, при содействии журнала «Предприниматель» организуются «Встречи предпринимателей» (вторая проходит 27 октября 2007 г. в г. Белифельде).

³² На обложку номера даже вынесен баннер «Информационная поддержка торгово-промышленной палаты РФ».

германское сотрудничество» дан трехполосный материал, озаглавленный «На подъеме!» и описывающий положительную динамику развития российско-германских экономических отношений «на фоне всеобщего спада мировой экономической конъюнктуры».

Однако это внимание к российско-немецким отношениям не находит, видимо, встречного отклика с российской стороны³³. При этом можно отметить, что деловое отношение к вопросам российско-немецких отношений находит свое выражение и в области политических комментариев журнала. **На фоне весьма характерной для русскоязычной прессы в Германии истеричной антироссийской направленности оценок политики России комментарии «Предпринимателя» являются сдержанными и сравнительно нейтральными**³⁴.

4. РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ И ПРОЧИЕ ИЗДАНИЯ

Вся Европа

Издатель: Николай Вернер.

Выходит 6 раз в год.

Тираж: 68 145 (сведения на 3 квартал 2006 г.)

Глянцевый общеевропейский журнал высокого качества полиграфического исполнения, не имеющей особой привязки к Германии. Основные темы: престижное потребление и роскошь, светская хроника, интервью со знаменитостями, сводка о предстоящих основных культурных событиях в Европе. Реклама — дорогие часы, брэнды индустрии моды и т.д. В этой нише, предназначенной (согласно анонсу журнала) «для космополитов, живущих в Европе или регулярно посещающих ее метрополии, курорты, деловые центры», «Все Европа» конкурирует, в частности, с русскоязычным журналом «Новый стиль», издающимся в Лондоне и распространяющемся в европейских странах (включая Германию)³⁵. Целевая группа журнала — высший и высший средний класс русскоязычных, проживающих в Европе, а также русскоязычные туристы. В силу своего сугубо консюмеристского характера, соответствующего всем основным стандартам «гламурного» издания, журнал может продаваться в том числе и на российском рынке.



Маргарита: женский журнал – Medienzeitschrift für Frauen in russischer Sprache.

Издатель журнала: Елена Шмидт.

Объем – 46 полос. В выборку попал № 6 (06) за август 2006 г. Глянец.

Сведений о тираже нет, в одном из объявлений в журнале указано, что он «читается в четырех странах», цены на журнал указаны для 9 стран.

Во вводной редакционной колонке журнал позиционируется по отношению к конкурентам следующим образом (сохранена грамматическая конструкция оригинала): «Цель нашего журнала не является восстанавливать былые традиции и тешить Вас воспоминаниями, а наоборот, по-новому взглянуть на жизнь, на самих себя и, может быть,

³³ Хотя даже интервью с первым заместителем ТПП в Берлине является для журнала весьма значимым событием — в нем участвовал издатель журнала, его главный редактор и интервьюер.

³⁴ Ср. например, освещение последствий «мюнхенской речи» В. Путина в № 32 за 2007 г. в статье под названием «В рабочем режиме».

³⁵ Журнал «Новый стиль: The Leading Russian Magazine Published in London» выпускается издательским домом «Russian Media House». Объем – 106 полос. Журнал с элементами двуязычности (некоторые тексты даются в параллельном английском и русском варианте). Главный редактор — Елена Рагожина. www.newstyle-mag.com

на свои собственные нравы и традиции, которые могут быть также переменчивы, как волны в океане».

Журнал ориентирован на работающих женщин, среднего уровня доходов, ориентированных на жизненный и карьерный успех, основные темы — образцы успеха в женском мире, практические советы по поведению на работе, мода, косметология, домохозяйство, медицина, отдых, стандарты потребления.

Верушка. Эзотерический журнал.

www.veruschka24.com

Периодичность: не указана, в выборку попал № 8 за август 2006 г.

Объем: 46 полос. Глянec.

Издатель журнала: Елена Шмидт

Журнал принадлежит тому же издателю, что и женский журнал «Маргарита». Содержание — самая разнообразная информация на «эзотерические» темы. Реклама: целители, маги, шаманы, бабки и проч. Органично дополняет журнал «Маргарита», рассчитанный на рациональных и карьерно целеустремленных женщин, компенсируя дефицит понимания и смысловой ориентации в современном сложном мире. Ср. пассаж из приглашения издателя на медитацию в «Астральный Молитвенный Дом Добра и Света»: «Основную часть своей жизни мы проводим в материальном, деловом, профессиональном мире. И в нем многие из нас следуют принципу: «Если я не могу видеть что-то или держать что-то в своих руках, то оно не имеет для меня никакого значения». Жесткий расчет как реакция на жесткую реальность. Однако, в последнее время все чаще подтверждается присутствие некой невидимой и неосязаемой, но все же позитивной регулирующей силы в нашем реальном бытии. Эта сила существует и благосклонна ко всякому, кто к ней обращается искренне» (№ 8. 2006. С. 3).

СТРУКТУРНЫЕ ДЕФИЦИТЫ РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ В ГЕРМАНИИ

Среди русскоязычных изданий Германии, находящихся в массовой открытой продаже, отсутствуют два типа изданий, способных играть ключевую роль в поддержании русской культурной идентичности: издания для детей и молодежи, издания православного или близкого к православию культурного типа. Кроме того, до русскоязычного читателя в Германии не доходит сколько-нибудь качественная общественно-политическая пресса, выпускающаяся в России.

<Гуго Вормсбехер³⁶ об истории и перспективах немецкой государственности в России>

Выдержка из интервью газете «Дипломатический курьер - Russlanddeutsche Allgemeine Zeitung» (2006. № 3-4 (86-87) С. 5.)

Ваше представление о возможности будущего российских немцев? Или это вопрос уже риторический?..

После сорока лет моего участия в движении российских немцев вопрос о будущем нашего народа для меня никак не может быть риторическим. За эти годы я всегда относился к тем, кто в любой ситуации пытается найти путь решения нашей проблемы или хотя бы продвижения к этому решению. Мы были очень близки к ее решению трижды: летом 1965, когда 2-ая делегация российских немцев была принята группой руководителей различных отделов ЦК КПСС и нас попросили дать им некоторое время, чтобы еще раз рассмотреть этот вопрос (но, видимо, на самом верху в последний момент решили всё же не восстанавливать АССР НП); в первой половине 1989, после создания Всесоюзного общества российских немцев «Возрождение», когда мы проявили не только настойчивость и решительность, но и немало разума и конструктивности (получив в ответ долгожданную поддержку властей, без которой наш вопрос решен быть не может); и после встречи 7 мая 1991 Оргкомитета по подготовке Съезда российских немцев с президентом СССР **М. Горбачевым**, где фактически было принято решение о восстановлении нашей государственности (чего, однако, М.Горбачев сделать уже не успел).

При **Б.Ельцине** говорить о восстановлении государственности не было смысла, потому что его роль в истории была разрушать, а не создавать. У сменившего его **В. Путина** были (и остаются) гораздо более серьезные и актуальные задачи, чем восстановление нашей государственности, и главная из них - вообще сохранить страну. Однако сейчас ситуация во многом выправлена; государство всё больше обращается к решению задач, направленных в будущее (чего при Б.Ельцине не было вообще). В этом постепенном решении огромного списка огромных проблем власть не сможет обойти в многонациональной стране и национальный вопрос: предстоит выработать политику, которая не будет больше игнорировать интересы народов страны. Проблема российских немцев - одна из серьезнейших в этой политике и по запущенности, и по масштабам обрушенных на российских немцев необоснованных репрессий, и по численности тех, кого эта проблема касается (с членами семей российских немцев в смешанных браках - полтора-два миллиона человек плюс немцы в других странах СНГ, будущее которых также целиком зависит от решения вопроса в России), и по экономическому значению нерешенности проблемы: выезд 2,5 миллионов человек - это огромный ущерб.

Сегодня, на мой взгляд, мы можем вообще по-новому ПОДОЙТИ к решению нашей проблемы. Ведь главное в ней - обеспечить совместное проживание достаточного числа российских немцев на одной территории, без чего невозможны национальная жизнь, национальная культура, сохранение родного языка, сохранение народа вообще. Сегодня это вполне может быть сделано, причем не вызывая противодействия региональных властей, как это было в Саратовской области в начале 1990-х, а наоборот, получив их глубокую заинтересованность. Для этого нужно совместить решение нашей проблемы с решением ряда экономических задач региона или вообще государства.

Если составить пакет крупных (типа градообразующих) промышленных и сельскохозяйственных проектов (какими были, например, в советские времена КамАЗ, подъем целины в регионах) и привлечь для их реализации в основном российских немцев, в т.ч. желающих из стран СНГ, то можно в ходе реализации этих проектов как бы попутно создать всё необходимое для решения и проблемы российских немцев: обеспечить совместное их проживание (пусть не всех, но мы никогда все и не жили вместе); обеспечить единую территорию их проживания; создать на этой территории нужную экономическую инфраструктуру и весь социальную инфраструктуру, - т.е. создать все условия, нужные, чтобы российские немцы как народ имели будущее.

Если же совместить реализацию избранных проектов еще и с созданием особых экономических зон (инициативой президента В. Путина), что дало бы существенные налоговые льготы и бюджетную поддержку государства; а также с готовящейся программой по созданию условий для возвращения в Россию соотечественников в демографических и экономических интересах страны (тоже инициатива президента); и сделать избранные проекты совместными, допустим, с германской экономикой, - то можно сказать, что благоприятнее времени для решения нашей проблемы, чем сегодня, не было никогда.

При этом решается и другой очень важный вопрос: раньше мы никак не могли добиться восстановления АССР НП потому, что российские немцы слишком хорошо работали, и регионы их проживания (Сибирь, Казахстан) были яростно против восстановления республики, чтобы **не потерять** этих хороших работников. Сегодня конкретный регион может **получить** массу этих хороших работников и вдобавок - дополнительную мощную экономическую базу, которая существенно увеличит бюджет региона, а значит, уровень жизни его населения. То есть, экономические интересы региона (и государства) из прежней силы противодействия могут стать мощной движущей силой в решении нашей проблемы!

³⁶ Один из первых сотрудников советской немецкой газеты «Фройндшафт, выходящей в Алма-Ате с 1965 г.

Таким образом, эти новые подходы к решению нашей проблемы аккумулируют и интегрируют в себе национальные интересы самих российских немцев, экономические интересы страны и регионов (даже их населения!), а также интересы крупного бизнеса, и при этом объективно не имеют противников, - чего никогда не было в прежних подходах. Это и позволяет надеяться, что вопрос о будущем российских немцев сегодня совсем не риторический.

Апрель, 2006.

Вера Вереле

«И расскажи сыну своему...» Русский язык как основа еврейской интеграции.

(Еврейская газета. 2006. № 9 (49). С. 15)

<...>

Русскоязычные евреи в Германии: интеграция или ассимиляция!

В Германии, лишь по официальным данным, сейчас проживает около 200 тыс. русскоговорящих евреев, эмигрировавших из стран бывшего СССР. Лишь половина из них является членами еврейских общин. Здесь особенности русскоязычных евреев списывают на «советскость» и полагают, что чем быстрее эти особенности исчезнут, тем лучше. Однако осознание того факта, что существует субэтническая группа русскоговорящих евреев, являющихся носителями как русской, так и еврейской культуры, может помочь осмыслению ситуации, в которой оказались русскоязычные евреи. Как и любой другой субэтнической группе, им свойственны определенные признаки, сохранение которых гарантирует сохранение самой субэтнической группы, а утрата - ведет к ассимиляции. В числе устойчивых признаков можно назвать русский язык, общность национального самосознания, бытовой культуры и менталитета. Что касается вероисповедания, еврейских традиций, еврейской культуры и общности территории, то здесь дело обстоит значительно сложнее.

Политика правительства ФРГ заключается в том, чтобы рассеять русскоговорящих еврейских иммигрантов по всей территории страны и не создавать тем самым крупного скопления получателей социальных пособий. В результате еврейские семьи зачастую оказываются в городах, где нет еврейской общины. Помимо прочих негативных факторов, это способствует увеличению межнациональных браков и, как следствие, ведет к ассимиляции. Русскоязычные евреи в массе своей не религиозны, не придерживаются еврейских традиций, не имеют прочных связей со своей национальной культурой. В еврейских общинах, состоящих на 80-90% из русскоязычных евреев, и в других еврейских организациях Германии проводится определенная работа с иммигрантами. Ведется она, как правило, на неродном им немецком языке. Серьезной подготовкой к приему многотысячной эмиграции из бывшего СССР еврейские организации Германии не занимались, да и этнографические и демографические исследования среди уже прибывших в Германию русскоговорящих евреев не проводилось. Поэтому до сих пор в этой работе нет ни продуманной общей программы, ни ясных целей, ни координации действий, ни, самое главное, понимания этнических особенностей русскоязычных еврейских иммигрантов. Упор делается на гражданскую интеграцию, изучение немецкого языка. Духовная интеграция рассматривается как вторичный процесс, при этом значительная часть еврейских иммигрантов в нее вообще не вовлечена. Всё это приводит к ускоренной ассимиляции: уже сейчас значительная часть еврейской молодежи не проявляет интереса к иудаизму, не интересуется еврейской культурой, посещает в школе занятия по христианской религии, прекрасно владеет немецким языком и хорошо интегрирована в немецкое общество. Связь с еврейством эти молодые люди практически утратили. «Когда я вижу еврейские русскоязычные семьи, в которых дети говорят только по-немецки, я понимаю: еще немного - и будет поздно», - считает известный еврейский ученый и общественный деятель д-р Пинхас Полонский.

Германские евреи, возглавляющие почти все еврейские организации и общины Германии, а также ЦСЕГ, не осознают, что главная проблема евреев Германии - ассимиляция. В какой степени ощущают они личную ответственность за сохранение переместившейся в Германию многотысячной еврейской общины - сказать трудно. Что касается приверженности и верности русскоязычных евреев русскому языку и русской культуре - это не «советский пережиток» и не каприз, а характерная субэтническая особенность, естественное состояние прибывшей в Германию еврейской субэтнической группы. Русский язык для нее - самый устойчивый из всех признаков, препятствующих ассимиляции. Именно на него следовало бы опираться, ведя работу по духовной интеграции русскоговорящих евреев. В противном случае существует реальная перспектива, что уже через 15-20 лет большая их часть полностью ассимилируется с немцами.

Что делать?

Проблему духовной интеграции русскоязычной субэтнической группы не решить без целевой программы. Представляется естественным, что такая программа для русскоязычных еврейских иммигрантов должна быть разработана Центральным советом евреев в Германии. Тем не менее хотелось бы наметить некоторые возможные ее пункты.

- Важнейшая часть программы - создание при общинах еврейских культурных центров, членами которых могли бы стать и негалахические евреи, члены еврейских семей нееврейского происхождения и светские евреи. Опыт работы таких центров есть в Израиле и многих странах диаспоры. Существование еврейских культурных центров решило бы проблемы многих еврейских иммигрантов, ощущающих себя светскими евреями либо отвергнутых культовыми общинами из-за галахических установлений. Отсутствие таких не

культурных, а культурных организаций является серьезным препятствием для приобщения к еврейству значительного числа русскоязычных еврейских иммигрантов, особенно из смешанных семей.

- В течение длительного переходного периода русский язык должен занять достойное, а подчас и главенствующее место в еврейских общинах Германии. Понятно, что знание немецкого языка - необходимое условие интеграции в общественную жизнь, но условием национальной и духовной интеграции оно быть не может. Поэтому русский язык должен перестать быть поводом для раздражения и упреков и максимально использоваться в изучении еврейской истории, культуры и традиций. Немецкий язык, недостаточно хорошо, а то и вовсе плохо усвоенный, не годится для этой цели. Изучать незнакомое еврейское духовное наследие и культуру на плохо понятном немецком языке, говоря при этом по-русски, - абсурд. Не говоря уже о том, что Б-гу безразлично, на каком языке к нему обращаются. Заметим также, что знание любого дополнительного языка - богатство. Помимо той функции, которую русский язык выполняет в задержке ассимиляции, упускать возможность изучения русского языка, которым дети уже владеют как разговорным, - непростительная расточительность. Дипломированные преподаватели русского языка есть практически в каждой еврейской общине. Помимо курсов немецкого языка здесь должны быть открыты курсы русского языка для детей и молодежи.

- В еврейских общинах, где подавляющее большинство членов составляют русскоязычные евреи, должны работать русскоговорящие раввины. Утверждение руководителей еврейских общин о том, что русскоговорящие евреи прекрасно понимают раввина, ни слова не говорящего по-русски, звучат неубедительно. Руководящие немецкоязычные сотрудники еврейских общин и организаций должны иметь русскоговорящих заместителей или пользоваться услугами переводчиков, чтобы быть доступными для русскоговорящих членов общин.

- Приоритетным направлением деятельности общин должна стать работа с детьми и молодежью. Необходимо открывать при общинах «группы общения» для детей ясельного возраста, еврейские детсады, школы, воскресные школы, группы продленного дня, молодежные клубы, разного рода музыкальные и театральные коллективы, спортивные клубы, кружки рукоделия, моделирования и др. Проводить экскурсии, конкурсы, дискотеки, устраивать вечера отдыха, организовывать лагеря отдыха во время школьных каникул, проводить семинары для молодежи и студентов. Многие из приехавших в ФРГ русскоговорящих евреев обладают богатейшим опытом, знаниями и готовы работать с молодежью. Немало и тех, кто знает традиции иудаизма, историю, культуру, обычаи своего народа, имеет опыт работы в еврейских культурных центрах, еврейских школах. Но их предложения зачастую отвергаются из-за того, что они недостаточно хорошо говорят по-немецки. Это недопустимо. В работе с детьми и молодежью русский язык должен эффективно использоваться, а не быть под запретом.

- Газеты еврейских общин, а также их интернет-страницы должны быть двуязычными. Следует поддерживать уже существующие в Германии русскоязычные печатные издания еврейской направленности. В фондах общинных библиотек должны быть книги на русском языке. Следует наладить и спонсировать издание книг и брошюр справочного характера на русском языке, содержащих необходимые сведения о еврейской религии, традициях, истории и культуре, а также необходимую информацию о различных социальных институтах Германии для русскоговорящих еврейских иммигрантов.

- Руководителям еврейских организаций Германии следует изменить свое негативное отношение к созданным во многих городах обществам русско-еврейской культуры, перестать видеть в них конкурентов и наладить с ними сотрудничество. На фоне тесных контактов еврейских общин с христианскими конфессиями недоброжелательное, а подчас и враждебное отношение к подобным культурным обществам и клубам выглядит весьма странно.

- Следует развивать и поддерживать контакты с израильскими еврейскими организациями, направляющими свои усилия на борьбу с ассимиляцией и укрепление связей евреев диаспоры с исторической родиной. Опасения руководителей еврейских общин, что эти контакты приведут к массовой алии в Израиль и значительному уменьшению численности общин, необоснованы.

<...>