УДК 070(430)=161.1

ПОЕЛУЕВА Л.А.,
ИНДРИКОВ А.А.

Немецкая пресса на русском языке: взгляд сквозь призму идеологии

Немецкая пресса на русском языке занимает значимый сегмент в отечественном медиапространстве. Исследование немецкой прессы актуально в контексте технологий "мягкой силы", использующих возможности СМИ при формировании крупных ценностно-идеологических проектов современности. Авторы статьи предлагают выделить три главные темы-критерия, которые создают концептуальные контуры нового имиджа Германии на постсоветском пространстве: военно-историческая тематика; мигранты в Германии; возрастающая роль Германии в Евросоюзе.

Ключевые слова: СМИ, немецкая пресса, идеология.

Технологии "мягкой силы" успешно используются сегодня в качестве идеологического подспорья. В качестве примера мы можем обратиться к анализу немецкой прессы на русском языке. Этот анализ мы предваряем упоминанием о двух событиях германской новейшей истории, внешне не связанных, но в совокупности оформляющих ее современную культурно-политическую концепцию. Первое событие: 3 октября 2010 года Германия завершила огромные репарационные выплаты по итогам первой мировой войны. Это символическое событие с точки зрения истории вернуло немцам положение равного партнера в международных отношениях и некоторым образом вывело ее из положения обвиняемого за развязывание двух мировых войн. Второе: в этом же году представительница Германии Лена Майер выигрывает конкурс "Евровидение". Отраженные прессой, эти события обозначили характерное направление процесса формирования нового образа страны. Каким будет этот образ, не всегда можно понять из действий политических лидеров, однако подборки определенных материалов в СМИ неизбежно выдают его контуры.

Немецкая пресса на русском языке занимает значимый сегмент в отечественном медиапространстве. Несмотря на то, что пресса в демократических государствах не выходит из парадигмы рыночных отношений, тем не менее для нее оказывается возможным сочетание прагматических интересов и интересов национального развития.

Сегодня актуальность исследования немецкой прессы для нашей страны состоит в том, чтобы в условиях меняющегося положения Германии в мире понять, каким образом Германия будет формировать свой новый образ на страницах СМИ, а значит, и в нашем сознании. Необходимо понять, каким будет этот образ и какие культурно-политические задачи Германия обозначит в качестве приоритетных через публикацию определенных статей и материалов.

Германия сегодня сталкивается со сложными внутренними и внешними проблемами. Эмигранты, новая рыночная экономика, новые бизнес-структуры кардинально изменили ее облик со времен второй мировой войны. Однако, глядя на страницы немецкой прессы, с уверенностью можно сказать, что, несмотря на бремя

прошлых преступлений против человечества, немцы сумели на рубеже веков осознать свою собственную, уникальную роль в охваченной кризисом Европе. В своем интервью интернет-изданию "Аргументы недели" директор Центра русских исследований Московского гуманитарного университета, академик Международной академии наук Андрей Фурсов утверждает, что "немцы строят новый рейх": "С помощью Евросоюза немцы мирным путём добились того, чего не добились военным. Например, у еврозоны есть свой центробанк, но нет общего казначейства и единой фискальной политики. Результат: рост различий в экономическом развитии разных стран и усиление сильных, прежде всего Германии. Две трети экономического роста Германии в последнее десятилетие связаны с введением евро". И далее: "Евросоюз в его прежнем виде Германии не нужен, ей скорее нужны Соединённые Штаты Европы с каролингским (т.е. немецким) ядром. Кстати, Евросоюз подготовил для доминирования немцев не только экономическую, но и политико-административную основу"[1].

Один из способов изучения формирующегося образа страны – исследование ее прессы. Авторы учебника "Основы идеологии Белорусского государства" отмечают: "Идеологические процессы, в свою очередь, также будут всегда требовать информационного обеспечения и сопровождения, так как прежде всего СМИ способны реально осуществлять определенную ориентацию массовой аудитории, давая ей систематически и последовательно соответствующим образом подобранную и обработанную социально-политическую информацию, призванную формировать "параллельный" мировоззрению и здравому смыслу образ окружающего мира. При этом основным механизмом реализации идеологически ориентирующейся деятельности СМИ является процесс формирования общественного мнения, который в широком смысле слова тождествен идеологическому процессу"[2].

Уместно в этой связи процитировать известного политолога С. Караганова: "Реидеологизация сопровождается нарастанием количества информации, которая потребляется людьми. Представления все больше определяют вес и значение материальных явлений, в том числе касающихся силы и влияния"[3].

Для исследователя немецкой прессы сегодня в России главным подспорьем является Интернет, где присутствуют электронные версии крупнейших изданий Германии. Образ внешней и внутренней политики Германии сегодня может дать анализ таких крупнейших изданий, как:

"Frankfurter Allgemeine Zeitung" – (Франкфуртская общая газета) – либерально-консервативная и самая читаемая газета ФРГ. Издаётся во Франкфурте-на-Майне. Тираж: 387 064 экземпляров.

"Die Welt" (Мир) – наиболеее консервативная газета, принадлежащая крупнейшему немецкому издательскому концерну Springer-Verlag, специализирующемуся на выпуске массовой периодики. Тираж: 264 273 экземпляров.

"Bild" (Картинка) – бульварная газета, самая популярная "желтая" газета, флагман издательства Springer-Verlag, самая тиражная газета Германии. В отличие от всех остальных общенациональных газет, подавляющее большинство тиража Bild распространяется в розницу, а не по подписке. Тираж: 3 445 000 экземпляров.

"Die Zeit" (Время) – влиятельнейшая еженедельная газета либеральной направленности. Тираж: 480 000 экземпляров

Для ознакомления с уже переведенными статьями использовался сайт ИноСМИ.ru (от "иностранные СМИ") – интернет-медиапроект, отслеживающий и переводящий на русский язык статьи из зарубежных (преимущественно западных) медиаизданий. Переводы выкладываются ежедневно.

В процессе исследования немецкой прессы удалось выделить три главные темы-критерия, которые формируют через прессу новое мышление граждан Германии.

1. Публикации на военно-историческую тематику. Подавляющее число "военных" статей посвящено оправданию поражения немецкой армии во второй мировой войне. В ход идут такие средства, как попытки оправдать неудачи плохой погодой и неумелым руководством Гитлера, бессмысленные приказы которого то и дело срывали уже близкую победу. При этом авторы статей стараются умалчивать о

военных преступлениях немцев, а на передний план выходят страдания и героизм простых солдат, так называемая "окопная правда".

2. Публикации, посвященные наплыву мигрантов в Германию. В отличие от ультраправых изданий, крупные газеты – такие, как Bild или Die Welt, напрямую не выражают требований убрать приезжих из страны или закрыть границы. Издания живописуют непростые повседневные ситуации, которые случаются с "обычными" немцами при их взаимодействиях с мигрантами. Характер выводов, которые предоставляется делать читателю, вполне предсказуем после обнародования цифр, показывающих численность существующих этнических диаспор, в основном арабов, иранцев, турок.

3. Публикации, рассказывающие о возрастающей роли Германии в Евросоюзе. Здесь мы видим статьи о том, как ФРГ способствует стабилизации обрушившихся экономик Италии, Греции, Испании, Кипра и т.д., как немецкая экономика демонстрирует чудеса устойчивости в эпоху современных кризисов. Журналисты восхищаются политическим талантом федерального канцлера Ангелы Меркель, всячески подчеркивая значение воли Берлина в решении тех или иных жизненно важных для Европы вопросов.

Способ внедрения идеологии немецкого возрождения можно назвать уже отработанным в послевоенной истории Германии. И автором этого способа является западногерманский медиамагнат Аксель Шпрингер. Созданная им информационная монополия в свое время погрузила послевоенную Германию в воображаемый мир всеобщего благоденствия. С одной стороны, в основе этого мира была чисто экономическая задача – сформировать общество потребления и его основную единицу – "массового" человека, способного обеспечить главенство материального приобретения над духовным. Но при более глубоком взгляде на общий контекст послевоенного времени мы увидим и другую его сторону – важные материалы, особенно идеи национального подъема после поражения во второй мировой войне, появлялись как бы невзначай, в качестве своевременного дополнения к актуальным сенсациям. Пресса Шпрингера в эпоху "холодной войны" рисовала волшебный мир, в котором не существует политических проблем и уж тем более какого-либо исторического несоответствия, а внимание читателей, зрителей и слушателей приковывалось к незначительным событиям, среди которых как бы невзначай появлялись статьи о необходимости, например, реванша на востоке и борьбы с "соцлагерем". "Читателям изо дня в день прививалась аполитичность, их внимание концентрировалось на всевозможных второстепенных вещах, их искусственно изолировали в мире, созданном на страницах "Гамбургер абендблат" (издание, принесшее успех А. Шпрингеру. – *Л.П., А.И.*). Наконец, читателей газеты отучали думать и, следовательно, иметь собственное мнение"[4].

Интересно наблюдать за тем, как и сегодня немецкие издания воплощают в жизнь "шпрингеровскую" модель прессы, теперь уже внедряя идеологию национального возрождения Германии.

С точки зрения охвата мировых и внутренних событий особенно ярко выделяется газета "Die Welt". Ее интернет-версия представляет собой полноценный новостной немецкоязычный портал.

Например, в обзоре, сделанном сайтом "ИноСМИ", можно посмотреть, о чем пишут сегодня немецкие газеты, и убедиться в том, что, например, газета "Die Welt" много внимания уделяет истории второй мировой войны и роли Германии в ней. Так, только за февраль–март 2013 г. на страницах "Мира" появились следующие публикации: "Дьявольская речь Геббельса", "Вундерваффе" в боях за Харьков", "Субмарины-монстры" (о подлодках Японии), "Реконструкция: последние дни Сталина", "Там, где Сталина по-прежнему почитают как бога", "Лучший военачальник Сталина воевал с большими потерями" и др.

Здесь необходимо сказать несколько слов о тактике подачи материала журналистами "Die Welt". Она состоит в том, чтобы не бороться с фактами, наносящими вред положительному образу Германии напрямую, а как бы живописать их, восхищаться их исторической фотогеничностью. Из материалов практически убирается оценочность, особенно в тех случаях, где немцам, мягко говоря, нечем гордиться. Например, в публикации от 22 февраля 2013 года "Дьявольская речь Геббельса", посвященной его

выступлению после поражения немцев под Сталинградом в 1943 году, автор с восторгом отмечает: “Хотите ли Вы тотальной войны?” – спрашивал министр пропаганды гитлеровской Германии Йозеф Геббельс с трибуны Дворца спорта в Берлине. Его речь стала шедевром риторики”. И далее: “Настоящее выступление должно быть хорошо подготовлено, особенно если оно проходит перед широкой публикой. В середине февраля 1943 года Йозеф Геббельс знал, что ему вскоре предстоит выступить с самой главной речью в его жизни”[5].

На протяжении всей статьи автор приводит цитаты из выступления, анализирует обстановку в мире и в зале, описывает лица слушающих речь министра пропаганды, передает другие детали: “Геббельс энергично и с решительным выражением лица подошел к трибуне и начал свою знаменитую речь, длившуюся 109 минут. Сталинград стал “великим сигналом тревоги, который подает судьба немецкому народу” и “символом героической борьбы”. И несмотря на то, что журналист в нескольких местах вводит в текст иронические замечания относительно того, как и где делался монтаж в записи выступления для усиления эффекта воздействия, тем не менее общий пафос статьи передает атмосферу присутствия при грандиозном событии великой немецкой истории: “Речь удалась. “Тотальная война” (название речи Геббельса) продлила на многие месяцы существование Третьего Рейха”, – резюмирует автор.

В другой статье, от 14 января 2013 г., тот же автор (С. Келлерхофф) анализирует причины поражения Германии. В публикации под названием “Почему Гитлер так поздно напал на Советский Союз?” он рассуждает: “Когда немецкие части в конце ноября 1941 года достигли пригородов советской столицы, начался уже период осенней распутицы. Вскоре наступила евразийская зима, к которой вермахт не был подготовлен. В ожидании быстрой победы немецкое руководство отказалось от зимнего оснащения”. И далее автор текста просто сожалеет: “Представляется вероятным, хотя это и нельзя доказать, что в том случае, если нападение началось бы в середине мая 1941 года, Красная Армия в западной части России к концу августа была бы уже в значительной степени разгромлена. Если бы наступление на Москву началось в сентябре 1941 года, то, возможно, оно оказалось бы успешным”. Налицо попытки объяснить поражения немцев неблагоприятной погодой, климатом и прочими, не зависящими от них самих причинами.

В уничижительном тоне написаны статьи, посвященные Г.К. Жукову и И.В. Сталину. Так, в публикации Б. Зеевальда под названием “Последние дни всемогущего правителя”, посвященной И. В. Сталину, можно прочитать: “В окружении насмешливых (Берия) и рыдающих диадохов (почти все остальные) советский лидер Сталин, уничтоживший 20 миллионов и депортировавший 28 миллионов людей, проживет только до утра, и, *по словам Манфреда Хильдермайера,* он станет “жертвой своей собственной тирании”[6]. При этом автор оставляет за пределами внимания источники столь страшных цифр, рассчитывая на полное доверие к себе со стороны аудитории. В статье о маршале Жукове “Лучший военачальник Сталина воевал с большими потерями” также немало досады.

Методы работы немецкой прессы в ее деле по возвращению Германии подобающего символического места в истории заслуживают серьезного изучения. На страницах “Die Welt” откровенно реваншистские статьи вроде бы замаскированы в общем массиве материалов, выдаваемых за сенсации, таких, как, например: “Оказывается, Ангела Меркель на четверть полячка” или “Папа Римский учился когда-то во Франкфурте-на-Майне”.

Тактику размещения реваншистских и откровенно антисоветских материалов о Великой Отечественной войне среди повседневных сенсаций мы видим и в других изданиях. Так, в крупной газете “Frankfurter allgemeine Zeitung” 29 августа 2012 г. была опубликована статья под названием “Русские дети и король вальса”. Материал посвящен “разоблачению” советской оккупационной политики в Австрии и наполнен обвинениями в мародерстве и массовом насилии: “То, до какой степени бесцеремонно временами проводились реквизиции и захватывались трофеи, наглядно демонстрируют доклады секретных служб: в

результате конфискации сотен предприятий и демонтажа промышленных установок в Москву были отправлены 31 000 вагонов"[7]. В этих сообщениях говорится о том, что "освободители от фашистского ига" не останавливались даже перед собственностью "освобожденных" местных коммунистов". Текст в очередной раз не содержит ни одной ссылки на исторические источники, что, безусловно, можно считать дурным тоном для высокопрофессиональной журналистики. Однако необходимо сказать, что именно этот, внешне наивный метод "живописания" фактами является наиболее мощным оружием по перепрограммированию массового сознания.

Примечательно, что теперь, когда вроде бы "красная угроза" миновала, спрос на национальное возрождение не уменьшается. И здесь самая болевая точка – вторая мировая война – используется как повод символически переутвердить основные события войны в ином свете, более выгодном для проигравшей стороны.

Неопределенность в культуре, в данном случае в Германии, которой после второй мировой войны оказались навязаны чуждые, потребительские интересы, приоритеты эгоистических интересов над гражданскими и общегосударственными, инициирует ситуацию неосознанного внутреннего протеста, который мог бы оформиться в откровенный призыв – вернуться к традициям предков. Но в свое время идеология нацистской Германии эксплуатировала германо-скандинавскую мифологию, вырывая из нее отдельные эпизоды и приспосабливая их к конкретным военно-политическим задачам. Впоследствии либеральным идеологам удалось создать прочную психологическую связь между всей традиционной мифологией и военными преступлениями немецкой армии, что поставило первую в сферу недозволенного и порицаемого. Складывается впечатление, что после окончания второй мировой войны Германия запретила себе обращаться к своим собственным корням, как если бы само существование их развязало самый кровавый конфликт в истории человечества.

На страницах другого крупного издания под названием "Bild" в номере от 15 марта 2013 г. публикуется объявление о новом фильме, посвященном событиям второй мировой войны: "Величайшая военная киноэпопея "Наши матери, наши отцы". "Bild" объявляет о выходе самого важного фильма 2013 года!". И далее читаем: "Фридхельм (герой фильма. *Л.А., А.И.*) познает ужасы войны в 1941 году. Он прибывает в качестве новобранца на Восточный фронт". В электронной версии статьи приводится несколько отрывков из будущего фильма, при этом акцент как газетчиков, так и создателей фильма делается на тех идеалах, которые воспеваются в киноэпопее, – это идеалы любви к Родине, храбрости, самопожертвования на фронте самой жестокой войны XX века. А само название символизирует всех родителей Германии и, в конечном счете, саму родную землю. Данный материал вновь подтверждает важность для немцев именно событий на советско-германском фронте, где происходили главные и для немцев сражения второй мировой войны. Авторы объявления акцентируют внимание читателей на словах "самый важный". Пропустить красочно оформленное объявление на страницах "Bild" просто невозможно.

В том же номере "Bild" мы встречаем статью, которая называется "Что делать, если мой врач не говорит по-немецки". Автор статьи ненавязчиво, без острых политических оценок, вновь используя "фактологическую живопись", дает понять среднестатистическому немцу, что его здоровье во власти эмигрантов: "Берлин. Человек чувствует себя плохо, он скорее всего заболел, идет к врачу – и тут вдруг ЭТО: Человек в белом халате его не понимает, потому что он вообще не говорит по-немецки. Такое случается с немцами почти каждый день". После шоковой обработки с помощью многим знакомой картины повседневной жизни автор статьи уже приводит статистику, которая ярко показывает "плачевную ситуацию" в национальной медицине Германии: "С 2012 года число врачей-иностранцев выросло почти до 30 тысяч человек"[8].

Публикации, в которых в манере отстраненного описания рассказывается о мигрантах, самые частые в немецкой прессе. Проблема нехватки рабочих рук в Европе – проблема не только Германии. Общий кризис капитализма создает тяжелую социальную и политическую ситуацию,

когда в страны ЕС буквально завозят трудовых мигрантов, которые, не принимая традиций и культурного уровня местных жителей, создают для коренного населения дискомфортные условия внутри родной страны.

При этом в "идейном" центре материала расположена вроде бы общечеловеческая проблема, такая, как, например, поток беженцев из Сирии в Германию к своим родственникам, уже живущим там. Так, в публикации под названием "Фридрих отклоняет идею въезда сирийских беженцев в Германию" рассказывается, как некий депутат от ХСС выступает против того, чтобы его страна открыла ворота для спасающихся от войны иностранцев. В статье нет четко выдержанной позиции автора по этому вопросу, однако вместо выводов приводится ужасающий для Германии факт – 40 тысяч сирийцев уже живут в стране. Далее читателя наводят на размышления – а что если приедут еще? При этом формально материал проникнут сочувствием к просьбе простой женщины, уроженки Сирии, а ныне – жены этнического немца. Она просит федеральные власти разрешить въезд в Германию ее родственникам из Дамаска. Это письмо с просьбой о содействии и стало информационным поводом для написания статьи.

Еще одной темой в прессе, по которой можно судить о том, как Германия заботится о своем политическом имидже в публичной сфере, является тема влияния Федеративной республики на экономическую ситуацию в Европе. Так, например, заглавный материал в выпуске газеты "Die Zeit" от 15 марта 2013 г. под названием "Конец прежней политики спасения" посвящен теме оказания помощи экономике Кипра, в которой рассказывается о том, как Германия разрабатывает новые способы помощи отстающим государствам Евросоюза. В очередной раз подчеркивается огромное значение воли Германии при решении важнейших экономических вопросов в Европе.

В другой статье "Служебные паспорта без визы: Берлин дает добро" от 8 марта этого года, размещенной на русскоязычном портале "DW" (Deutsche Welle), рассказывается о том, как чиновники из России получили право въезжать в Еврозону без виз. Этого события в бизнес-кругах ждали с большим нетерпением, и решение было принято благодаря воле Берлина.

Публикаций на тему увеличивающегося культурно-политического влияния Германии в Еврозоне становится все больше в немецкой прессе на русском языке.

Пресса всегда является зеркалом, в котором отражается политика государства. Германия не является исключением. В этом отношении пример Германии может быть весьма поучительным, особенно в части публично-символических технологий обеспечения национального достоинства, реализуемых прессой. Страна, некогда заклеймившая себя позором военных преступлений, сегодня упорно формирует через прессу читательский спрос на патриотизм. Примечательно, что уже признаком хорошего тона в прессе ФРГ становится размещение среди развлекательных и откровенно бессмысленных статей материалов на темы героизации солдат вермахта, перенаселенности Германии иностранцами, важного положения Германии в Евросоюзе. Эти статьи расположены посреди безобидных историй и заметок так, что они становятся такой же частью повседневной реальности. Одним словом читатель должен привыкать к тому, что его страна естественным образом возвращает подобающее ей положение в мире. И здесь нет сенсации. Это – ежедневная работа немцев над своей исторической судьбой.

Можно смело предположить, что немецкая читающая публика уже давно встала на путь преодоления "комплекса вины" за мировые войны. Идет интенсивное формирование нового германского мышления, в которое возвращается воля мыслить не только о своих духовных репарациях, но и своем историческом будущем. Для российского общества, вступившего в новый век без артикулированных в СМИ стратегических геополитических задач, это должно быть основанием для серьезных размышлений.

---

[1] Рязанов С. Немцы строят новый Рейх // Аргументы недели [http://argumenti.ru/]. URL: http://argumenti.ru/society/n353/197768 (дата обращения: 15.03.2013)

[2] Князев С.Н., Решетников С.В. Основы идеологии Белорусского государства. Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2004. С. 117.

[3] Караганов С. В чем сила, брат? // Россия в глобальной политике [www.globalaffairs.ru]. URL: http://www.globalaffairs.ru/pubcol/V-chem-sila-brat-15757 (дата обращения: 16.03.2013)

[4] Стржижовский Л.Ф. Стреляет пресса Шпрингера. М.: Политиздат, 1978. С. 28.

[5] Келлерхофф С.Ф. Как Геббельс готовил свою дьявольскую речь // ИноСМИ [http://www.inosmi.ru]. URL: http://inosmi.ru/world/20130222/206229196.html (дата обращения: 15.03.2013)

[6] Зеевальд Б. Последние дни всемогущего правителя // ИноСМИ [http://www.inosmi.ru]. URL: http://inosmi.ru/russia/20130305/206633189.html (дата обращения: 15.03.2013)

[7] Русские дети и король вальса // ИноСМИ [http://www.inosmi.ru]. URL: http://inosmi.ru/world/20120829/197406347.html (дата обращения: 15.03.2013)

[8] Scholz M. Was tun, wenn mein Arzt kaum Deutsch spricht? // Bild [www.bild.de]. URL: http://www.bild.de/news/inland/arzt/mediziner-sprachprobleme-29510576.bild.html (дата обращения: 15.03.2013)