А. С. Смолярова

Санкт-Петербургский государственный университет

БЕСПЛАТНЫЕ ИЗДАНИЯ НА РЫНКЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ ГЕРМАНИИ

Среди русскоязычной прессы, выходящей сегодня в Германии, отдельную группу представляют рекламно-информационные издания, которые распространяются бесплатно. Их основное содержание составляют интервью со звездами и экстрасенсами, псевдоисторические публикации и криминальная хроника, что позволяет отнести их к бульварному типу массовой прессы.

Примером может служить ежемесячная рекламно-информационная газета «Вести», которая выходит ежемесячно объемом 32 полосы и распространяется в Ганновере. Региональный тип распространения тесно связан с локальным характером рекламы этнокультурного (в данном случае – русскоговорящего) бизнес-сегмента.

Большинство русскоязычных рекламно-информационных газет обходятся без качественного журналистского контента либо без оригинальной редакционной части. По словам Александра Черкасского, редактора «ЛТЦ Ферлаг», в большинстве рекламных изданий редакционная часть «имитируется или отсутствует». Содержательная часть может наполняться исключительно за счет «продающих» историй от юридических или туристических фирм.

В то же время бесплатный характер распространения не является обязательным признаком бульварного русскоязычного издания. Из 52 изданий, представленных в библиотеке PressaRu.EU, 39 – бесплатные. Из 13 платных СМИ только пять являются универсальными общественно-политическими изданиями: МК-Германия, журнал «Партнер», еженедельная газета «Русская Германия» и две ее региональных приложения. Согласно А. А. Литвиненко, для немецкого рынка это абсолютно нехарактерный тип издания: так, в Германии не выходит газета «Метро» (Metro), ставшая во всем мире флагманом бесплатных ежедневных газет. На рынке же этнокультурной прессы бесплатные издания, существующие в первую очередь за счет рекламы организаций, созданных внутри иммигрантского сообщества, оказались крайне распространенными.