Г. Ф. Вороненкова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

МИГРАЦИОННЫЙ КРИЗИС В ГЕРМАНИИ – «ОТВЕТ ЗА ГОСТЕПРИИМСТВО»?

Если рассматривать гуманистические ценности как ядро мировоззрения, идейно соединяющего людей в глобальную надцивилизационную общность, то в массмедиа речь должна идти о соблюдении и расширении прав человека – ведущих принципов конституционного и международного права.

Главенствующая тема немецких СМИ – проблема мигрантов, хлынувших на территорию Европы. Основной лозунг – «Культура гостеприимства» (Willkommenskultur). Пик позитивных материалов, начавшийся 2 сентября после сообщения о гибели ребенка с публикации в «Бильд» (Bild) «Мертвый ребенок мигранта: мы скорбим» („Totes Flüchtlingskind – Wir trauern“), пришелся на сентябрь. Качественная «Франкфуртер альгемайне цайтунг» (FAZ) предпослала заголовок своему материалу «Мигранты в Мюнхене: мы осилим это» („Flüchtlinge in München – Das schaffen wir“). Основной метод освещения – дихотимический, т. е. оценочное раздвоение.

Поначалу Willkommenskultur находила понимание у населения страны, так как Германия всегда гордилась своей политикой в отношении беженцев. Всех мигрантов, согласно Основному закону, к этой категории причислять нельзя – до момента получения официального статуса. После событий в новогоднюю ночь рядовые немцы стали уже всерьез задумываться о правильности курса, избранного канцлером А. Меркель. «Щедрость немцев» в отношении беженцев имеет реальную цену, выраженную в десятках миллиардов евро. Когда эйфория от самолюбования прошла, пресса сообщила, что подавляющее большинство населения (около 60 %) Германии стало всерьез беспокоиться о своем финансовом благополучии, отмечала газета Die Welt. Как иронизировала FAZ, депутаты парламента и представители федерального правительства избрали милосердие к беженцам своей новой товарной маркой.

Реакция – активизация право- и леворадикальных движений: «Альянс за Германию» (AfD), Пегида (PEGIDA), Легида (LEGIDA) в Лейпциге.