

Милко Петров  
Мария Попова  
Мария Вазински

## МЕДИИТЕ В ЕВРОПА

## **МЕДИИ И ЦИВИЛИЗАЦИИ**

Редактор на серията *проф. дфн Милко Петров*

ВЕСТНИКЪТ В ЕПОХАТА НА ИНТЕРНЕТ (2011)

*Иван Михалев*

ВИРТУАЛНИЯТ ЧОВЕК (2012, второ издание)

*Мария Попова*

МЕДИИТЕ В ЕВРОПА (2012)

*Милко Петров, Мария Попова, Мария Вазински*

ЖУРНАЛИСТИЧЕСКАТА ТЕОРИЯ (2012)

*Мария Попова*

Милко Петров  
Мария Попова  
Мария Вазински

---

---

**МЕДИИТЕ  
В  
ЕВРОПА**

---

---



Книгата се издава в рамките на научния проект  
„Пресата в условията на интернет и новите медии“,  
финансиран от фонд „Научни изследвания“  
на Министерството на образованието, младежта и науката



Научни редактори  
*Милко Петров, Маргарита Пешева*

Редактор  
*Виктория Атанасова*

Корица  
*Мария Попова*

© Милко Петров, Мария Попова, Мария Вазински – автори, 2012  
© Издателство „Фабер“, 2012

ISBN: 978-954-400-704-1

[www.newmedia21.eu](http://www.newmedia21.eu)  
[www.faber-bg.com](http://www.faber-bg.com)

## СЪДЪРЖАНИЕ

За авторите .....	9
<b>ПРЕДГОВОР</b> – <i>Милко Петров</i> .....	11
Раждането на един нов свят.....	11
Предшественици .....	13
Съдбовни времена.....	17
Първи издания.....	21
Златният бал на послушните.....	24
<b>1: БЕЛГИЯ</b> – <i>Мария Попова</i> .....	30
Първи издания.....	30
Съвременни вестници.....	34
Съвременни списания.....	41
Радио и телевизия.....	42
Информационна агенция.....	45
<b>2: ВЕЛИКОБРИТАНИЯ</b> – <i>Милко Петров</i> .....	47
Първи издания.....	50
Школата на „седмичните хронисти“ .....	61
„Данъците върху знанието“ .....	70
Гръмовецът „Таймс“ .....	77
„Златната ера“ на британския печат.....	97
Войната на таблоидите.....	107
Съвременни вестници.....	119
Съвременни списания.....	128
Информационна агенция.....	129
Електронните медии днес .....	129
<b>3: ГЕРМАНИЯ</b> – <i>Мария Вазински</i> .....	139
Първите информационни и печатни издания: предтечи на журналистиката .....	139
1609 Година: раждането на вестника.....	141
Столетието на списанията .....	143
Великата френска революция и политизацията на печата .....	147
Епохата на партийната преса .....	149
Индустриализацията и пресата.....	151

Пренебрегваният фактор: рекламата и развитието на първите медийни концерни .....	153
Бизнесът с новината – масовата преса .....	156
Манипулация на масите .....	159
Медиите в Третия райх: пропаганда и уравниловка.....	163
Развитие на медийната система след 1945 година .....	164
Под партиен контрол: медиите в Германската демократична република .....	165
Медиите във Федералната република.....	168
Концентрация на пресата и развитие на нов тип концерни.....	169
Концернът „Аксел Шпрингер“ .....	172
Концернът Бертелсман .....	176
Актуални седмично-политически списания.....	178
Национални всекидневници и седмичници .....	180
Възникване и развитие на радиото и телевизията.....	183
Развитие на радиото и телевизията след Втората световна война.....	184
Дуалистична система – възникването на търговски/частни електронни медии в Германия .....	186
<b>4: ДАНИЯ – Мария Попова .....</b>	<b>192</b>
Първи издания .....	192
Съвременни вестници.....	199
Съвременни списания.....	205
Радио и телевизия.....	206
Информационна агенция.....	209
<b>5: ИСПАНИЯ – Мария Попова .....</b>	<b>211</b>
Първи издания .....	211
Съвременни вестници.....	229
Съвременни списания.....	242
Радио и телевизия.....	243
Информационна агенция.....	247
<b>6: ИТАЛИЯ – Мария Попова .....</b>	<b>250</b>
Първи издания .....	250
Съвременни вестници.....	276
Съвременни списания.....	283
Радио и телевизия.....	286
Информационна агенция.....	291

<b>7: НИДЕРЛАНДИЯ</b> – <i>Мария Попова</i> .....	293
Първи издания.....	293
Съвременни вестници.....	303
Съвременни списания.....	308
Радио и телевизия.....	309
Информационна агенция.....	312
<b>8: ФИНЛАНДИЯ</b> – <i>Мария Попова</i> .....	314
Първи издания.....	314
Съвременни вестници.....	329
Съвременни списания.....	334
Радио и телевизия.....	334
Информационна агенция.....	339
<b>9: ШВЕЙЦАРИЯ</b> – <i>Мария Попова</i> .....	341
Първи издания.....	341
Съвременни вестници.....	346
Съвременни списания.....	350
Радио и телевизия.....	351
Информационна агенция.....	353
<b>10: ШВЕЦИЯ</b> – <i>Мария Попова</i> .....	355
Първи издания.....	355
Съвременни вестници.....	361
Съвременни списания.....	369
Радио и телевизия.....	369
Информационна агенция.....	372





## ЗА АВТОРИТЕ



МИЛКО ПЕТРОВ е доктор на филологическите науки, професор във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ по дисциплините „Чуждестранна журналистика“, „Изграждане на имидж“, „Съвременни световни медии“, „Международна комуникация в световните медии“, „Комуникационни технологии в сензационната преса“.

Работил е като журналист във в. „АБВ“, в. „Отечествен фронт“, в. „Епоха“. Има специализации в САЩ, Германия и Франция. Автор е на седем книги, сред които „Америка – социалният тропик. Социум и медии на САЩ от Пулицър до Мърдок“ (2011), „Америка – вяра и разум. Журналистиката на САЩ в контекста на социалния живот 1883 – 1997 г.“ (1998) и „Персоналният имидж“ (2005), съавтор е в медийния речник „Думите на медийния преход“ (2010), както и на над триста научни публикации в областта на чуждестранната журналистика, журналистическите жанрове и персоналният имидж.

Автор е на „Предговор“ и главата „Великобритания“.



МАРИЯ ПОПОВА е магистър по журналистика, доктор по социология, главен асистент във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ по дисциплините „Теория на журналистиката и медиите“, „Чуждестранна журналистика“ и „Медийни изкуства“.

Работила е като журналист на свободна практика в БНР, в. „Континент“ и в. „Култура“. Автор е на монографията „Виртуалният човек“ (2005, 2012), медийния речник „Ду-

мите на медийния преход“ (2010), един от съставителите и авторите на сборниците „Журналисти по теория, журналисти по практика“ (2007), „Медийното производство. Бутик или конфекция в медиите“ (2008), „Медиен плурализъм и медийно разнообразие“ (2009), „Преход в медиите и медии в преход“ (2010), „Журналистически професии. Статут и динамика в България“ (2010), „Професия: Новинар“ (2011), както и на редица изследвания в областта на теория на журналистиката и медиите и на интернет.

Автор е на главите „Белгия“, „Дания“, „Испания“, „Италия“, „Нидерландия“, „Финландия“, „Швейцария“ и „Швеция“.



МАРИЯ ВАЗИНСКИ е магистър по журналистика на Софийския университет и по журналистика и политически науки на Университета в Дортмунд. Работила е като репортер и редактор в БТА, сп. „Паралели“, „100% ХИТ“, в агенцията за комуникационен анализ и медийни консултации „mct – media consulting team“, Дортмунд, като редактор и съ-управител в литературното издателство „Атлантис КЛ“, като радио и телевизионен журналист за Западногерманската телевизия и радио – ВеДеЕр-АРД (WDR – ARD), в Кьолн, Аахен, Дортмунд;

кореспондент, автор и водещ на предаване в радио Дойче веле. От 2005 г. е ПР мениджър на германската асоциация ЛФК-НРВ, Кьолн. Автор е на книгата „Разширяването на Европейския съюз на Изток, отразено в пресата. Анализ на съдържанието на 4 надрегионални немски всекидневника“ („Die EU-Osterweiterung in der Presse. Die Berichterstattung in überregionalen deutschen Tageszeitungen“), издателство ВДМ Ферлаг д-р Мюлер, 2007, Берлин.

Автор е на главата „Германия“.

# ПРЕДГОВОР

*Милко Петров*

## РАЖДАНЕТО НА ЕДИН НОВ СВЯТ

Още при първите си стъпки журналистиката отправя едно предупреждение. Теофраст Рьонодо, издателят на първия френски вестник „Ла Газет“, пророчески предупреждава: *„Аз само бих помолил принцовете и чуждите държави да не си губят напразно времето като забраняват достъпа до моите вестници, защото те са такъв вид стока, чието разпространение е невъзможно да се забрани и които подобно на водния поток само се усилват от препятствията“.*

В Европа на XVII в. малцина можеха да чуят това предупреждение. Още по-малко бяха тези, които прозряха възможностите на поредното изобретение на „кореспондентското бюро“ на д-р Рьонодо, който, освен безплатни медицински консултации, е давал съвети как да се почистят парижките улици и е публикувал обяви за изгодна женитба. Но предупредителният изстрел е даден. На континента отдавна е започнало едно невидимо сражение, което феодализмът и църковният обскурантизъм предстои да загубят. Въпреки преследванията на журналисти, въпреки цензурните възбрани, въпреки заточенията и щедрите субсидии за продажните пера, историческите условия са благоприятни за създаването и налагането на журналистиката – едно ново „супероръжие“ на обществения прогрес, което е породено от него, но и ще го ускори неимоверно.

Да бъде информиран – към това индивидът винаги се е стремял. Още в зората на своята история човечеството се е опирало на информацията във всички свои обществени дейности. Но социалната информация е разкрила докрай присъщите ѝ черти едва когато е бил направен първият осъзнат опит за управление на човешките общности чрез въздействието на отделно или на поредица съобщения. Прославен ловец, военачалник, амбициозен шаман, склонен към строителни начинания племенен вожд – кой ли пръв е вдигнал ръце, за да прогласи темпераментно и мобилизиращо няколкото съобщения, които освен практическата си стойност са изразявали и отношението към събитието, прогнозата за развитието на процеса, предложението за незабавна санкция над виновните, призова за всеобща мобилизация пред нахлуващия

враг. Кой ли пръв е усетил опасната власт на целенасочено подбраната информация, която, освен, че съобщава и просвещава, може и да активизира многочислени маси, да ги тласне към практическа дейност, да закали волево им усилие така, че да потеглят на дълги експедиции в неизследваните пространства на планетата? Постепенно се оформя публицистиката, тази древна и все така жизнена форма за интелектуално и емоционално въздействие, която се отличава от прагматичната социална информация по своята експресивност, особена образно-емоционална структура, своя специфична мобилизираща функция и методи за възпроизвеждане на действителността.

В речи, писма, възвания, брошури и памфлети, религиозни послания и поучителни слова, с гласовете на Солон, Демостен, братя Гракх, Катон, Цицерон, в писаното от павликяни, богомили, катари, хусити. а по-късно от Мартин Лутер, Томас Мюнцер, Еразъм Ротердамски и толкова други, говори дръзко и неприкрито богоборческото начало у човека, който се стреми да промени света и с помощта на воюващото слово. Защото освен прагматичната и познавателната стойност всяка информация може да има и интегриращо (обединяващо и приобщаващо) и формиращо (волята и съзнанието) въздействие. Многозначността на информационния процес, притежаваш богата смислова, емоционална и ценностна натовареност, се разкрива и в природата на вестника – тази най-първа проява на журналистическата дейност. А вестникът успява да обедини възможностите на обмена на търговска и социална информация с политическите послания на публицистиката, да съчетае характеристиките на всекидневното информационно общуване и публицистичното внушение в техния диапазон от задушевия разговор и съкровената изповед до максималната публичност и обществена ангажираност на словото от античния форум.

През четиривековната история на журналистиката отговорът на тези въпроси се определя от конкретните политически цели на изданията, а и от акцента, който те поставят върху формообразуващите начала на журналистиката. Кое ще вземе връх в характеристиката на изданията – „обективната“ информация или „тревожещата“ публицистика, тенденциозността, прикрита зад псевдонаучността или насмешливата, предизвикателна дързост, целяща да изведе на площада окопалата се зад зъберите на властта несправедливост, реакционност и скудоумие? Почти винаги изборът на гражданска позиция е и избор на журналистически средства – официозна декларативност или полемична предизвикателност, дворцова хроника или насмешливо антрефиле, прими-

рителни разсъждения за „световното зло“ или гневни изобличения на конкретния виновник.

Много неща влизат в природата на вестника – и съобщение, и полемика, и просвещение, и политическа програма, и обяви, и забавно четиво. Много неща е препатил – и възбрани, и корупция, и полицейски инструкции и щедри, но задължаващи правителствени субсидии. Много неща може да възприеме – от печатарската преса на Гутенберг до видеотерминала. Много неща могат да се обявят за съпътстващи неговото рождение, от много посоки е тръгнал вестникът и по далечни пътища поема печатното слово. Въпросът е – кое да бъде избрано за определящо природата му, кои са истинските му родители и кои – самозваните спътници на драматичната му история.

## ПРЕДШЕСТВЕНИЦИ

Още в най-дълбока древност са правени опити да се изгради стройна система за периодично информиране на обществото: да се разпространяват държавни актове, да се разгласяват военни победи, съдебни присъди и граждански прояви. По устен или писмен път, чрез куриери, пътуващи певци, проповедници, търговци, оратори са били съобщавани и коментирани обществено значими събития, а частните дела обикновено са били предмет на личната кореспонденция и мълвата.

Още в Египет в двора на фараона са били издавани върху папируси ръкописни сборници с актуално съдържание. Било е изготвяно и първото в света опозиционно издание, което е оспорвало и иронизирало много от новините в официалния папирус. Богатите римляни са издържали свои кореспонденти в метрополията, освободени и високообразовани роби, които периодично в писма и отчети са информирали за всичко – за решенията на сената, настроенията в града, за победителите в гладиаторските игри, за интригите и скандалите в императорския дом. ходовете на евентуалните съперници за някоя изборна длъжност, за цените на зърното и др.

При големите империи, когато се удължават съобщителните връзки, вземането на решение вече не става непосредствено на форума, в сената се оформят се различни влиятелни политически групи. Рязко нараства значението на всяка изпреварваща информация от частен и обществен характер. Все по-големи маси от хора са въввлечени в обсъждането и решаването на въпроси от държавна важност. В древния Рим, например, за избора и задържането на всеки император на власт голямо

значение е имало отношението на многобройните, пръснати по целия Стар свят легиони, както и признанието на винаги готовите да се разбунтуват римски плебеи. Това е налагало властта да се заеме със създаването на информационна система, която бързо да преодолява разстоянията, да осигурява цялостна и компетентна информация. По същите причини е нараснало значението и на риторичното и епистолярното майсторство – признати средства за спечелване чрез словото на колебливи съмишленици и на обезверените поддръжници на съперника.

През 59 г. пр. н. е. Гай Юлий Цезар нарежда решенията на сената – „Акта сенатус“ да бъдат окачвани на публични места, като първоначално това е било правено в галериите на неговата вила. А копия са били разпращани на военачалниците и управителите на провинции, които са ги преразказвали на своите офицери и войници. Именно Цезар, създателят на модерната римска държавност, който подготвя идването на империята без да успее да се окичи с императорския венец, е осъзнавал добре значението на информацията като форма на власт. Той е разбирал, че който контролира информационните канали и има приоритет при тълкуването на получените новини може да си осигури политическа и военна подкрепа.

Освен „Акта сенатус“ са били изготвяни и **„Акта диурна попули романи“**, които са се занимавали с градските дела, с обяви и съобщения за сватби, наказания, погребения, триумфи и др. Тези римски издания, които напомнят днешните афиши, са били на границата между частната кореспонденция, разгласата на правителствени актове и бъдещия вестник. Но те са улавяли пулса на големия град, тътена на социалното недоволство в низините, бунтовете на завладените народи в далечните провинции, надигането на робите. Изданията не са се задоволявали с разгласата на официалната информация, пресъздавали са сложната и динамична картина на живота в големия град, изпълнен с драматизъм, нелишен от скандали и произшествия. Те са се отличавали от писмата с новини, изготвяни за богати граждани в провинцията, поради своя обществен характер, адресирани са били към широка публика, превръщали са се по време на публичния им и шумен прочит в своеобразен форум за социално общуване. В тях се е извършвала първичната селекция на новините по значимост и се е определяла обществената оценка за дадено събитие. Древните римляни са възприемали събитието като значимо само ако е било отразено в „Акта диурна“. Почти като известния афоризъм на канадския теоретик на медиите Маршал Маклуън, който 20 века по-късно пророчески ще възкликне „Има медии – има събитие,

няма медии – няма събитие“ и първи ще очертае перспективата на глобалното медийно село.

Ето няколко фрагмента, характеризиращи съдържанието на „Акта диурна“:

*„Консултът Савиний встъпи днес в изпълнение на служебните си задължения.“*

*„Вчера над града се разрази силна буря. Недалече от (предградие-то – б.м.) Велия мълния запали един дъб.“*

*„Във винарската изба стана сбиване. Собственикът на заведението е тежко ранен.“*

*„Разбойникът Дениофан, неотдавна заловен, днес сутринта ще бъде екзекутиран.“*

*„(Консултът – б.м.) Титаний осъди месарите, продаващи месо, което предварително не е било освидетелствано.“*

Освен че фиксират събитията и ги степенуват по важност като пишат по този начин историята на текущия ден, тези информационни сборници консервират историческото познание.

Римските историци са се обръщали често към тези предвестникови форми при събирането и уточняването на историческите факти. Светоний, автор на сборника с исторически портрети „Дванадесетте цезари“, използвал „Акта диурна“, за да определи рождените дати на императорите Тиберий и Калигула и за да пресъздаде епизоди от царуването на император Домициан. Тацит прибегнал към тях още по-често: за да опише коварното убийство на Германик и апотеоза на Клавдий, да възпроизведе дебатите в Сената за построяването на храм в чест на Нерон и др. А има сведения, че историкът Плиний е автор на поместена в „Акта диурна“ легенда за поличбите по време на процеса срещу Милос, съден за покушение срещу император Клавдий.

Създателите на „Акта диурна“, тези неуморни репортери, боравещи с метална перодръжка (стилус) върху покрити с гипс дървени платна, са били наричани „актуарии“, откъдето по-късно ще бъде открито изискването за актуалност (навременно и оперативно осведомяване) в журналистиката като нейна отличителна черта от литературата, изкуството, науката, при които не съществува задължителната обвързаност с непосредствения информационен повод. А от възхитените изказвания за качеството на изписаните шрифтове на актуариите – „той има добър, красив стилус“, постепенно ще се утвърди в риториката и литературата фундаменталното за модерната култура понятие за стил, който бива литературен, езиков, риторичен, поведенчески, политически и др.



За новосъздаващите се професия на актуариите обаче настъпват тревожни дни, когато първият римски император Октавиан Август, приемен син на Цезар, предприема деспотичен курс и прокарва закон срещу обявите във всякаква форма. Август подписва едикт, осъждащ на смърт авторите на сатирични творби. Макар тази строга мярка да не е била приложена при Август, едиктът му не е бил отменен, а много от последвалите го тиранични и не дотам уравнивесени цезари са го прилагали с охота срещу онези, които са осмивали несправедливото им управление.

Серии от публични съобщения, които имат известна *последователност, конкретен повод и актуалност*, са били разпространявани и в Китай, където под наименованието „Чинг-бао“ („Китайски вестител“) от 8 в. от н. е. всекидневно са били издавани новини от двореца. По-късно тази практика се утвърждава и дворцовият вестник в Китай излиза в продължение на 1000 години до 1911 година. Но кастовият и централизирано-бюрократичен характер на китайската империя, задържащ развитието на производителните сили, не позволява на тази предвестникова форма да достигне истински разцвет, запазва я като информационна привилегия само за малцина висши сановници и мандарини. Технологичните предпоставки са били налице – производството на хартия е било познато отдавна в Китай, имало е добре развита куриерска мрежа, съществували са достатъчно многобройни образовани касти на мандарините, съдиите, провинциалните управители, учителите, писарите. През 868 г. Ван Чие отпечатва книга с блокови елементи, а през 1045 г. Би Шинг създава книгопечатането с подвижни елементи. Но обществената система е пренебрегвала тази възможност, тъй като не е имала социалната *готовност* да разпространява информация в големи мащаби и по този начин да споделя правото на управленско решение. Още не се е появила и социалната сила, заинтересована и гарантираща реалното масовизиране на информационното общуване. Защото то предполага *отношение, анализ и оценка* по всички обществени дела, включително и на държавното управление. А това би било неизбежното предисловие към всяко революционно изменение на регресивната обществена система. Централизирано бюрократичният модел на управление в Китай, просъществувал близо 40 века доказва, че при всички технологични и организационни предпоставки журналистиката може и да не се появи ако няма социална сила, заинтересувана от нейното утвърждаване и развитие.

Пътешественикът Марко Поло описва през 1295 г. различни китайски методи за отпечатване на книги, но записаната във феодални



ежби и църковни борби Европа не обръща внимание на този „технологичен подарък“ на наблюдателния венецианец. Обществените условия на европейския континент още не благоприятстват появата и развитието на журналистиката.

## СЪДБОВНИ ВРЕМЕНА

В едно от своите исторически есета Томас Карлайл бе писал: „вие не ще чуete удара на чука в световната история, когато старата ера се сменя от новата. Хората не разбират онова, което е в ръцете им: както спокойствието е характерното състояние на силата, така и най-важните фактори в историята могат да бъдат и най-мълчаливите“.

Далече преди да настъпят драматичните епизоди на буржоазните революции в Европа, печатът, който взема решаващо участие в тях, е подготвен от същите обществено-политически и духовни предпоставки, създали, формирали и наложили буржоазията като хегемон на европейските революции от XVI до XIX в. Кой са те?

В Европа, отслабена от феодални разпри, кръстоносни походи и изтребителни църковни експедиции срещу еретиците, се засилват центробежните сили, които позволяват на все по-голям кръг хора, занаятчии, търговци, лекари, музиканти, поети и др., да се освободят от феодалната зависимост, да живеят от продукта на своя ум и ръце, да ценят повече знанието и образоваността отколкото поземлената собственост. Младата буржоазна класа развива производителните сили на обществото и тихомълком се утвърждава в икономическата област, възползувайки се от различията между феодалите и оказвайки подкрепа на централизираната кралска и императорска власт, която обещава да преодолее феодалната разпокъсаност, да създаде единен пазар, да премахне ограниченията и митата, да подпомага търговията и занаятите. Когато по-късно абсолютизмът се отказва от тази си линия и започва да възпира по-нататъшното развитие на буржоазията, тя, вече достатъчно силна, ще поведе борба срещу него, с оръжие и печатно слово. Печатът е рожба на буржоазията, макар че първите периодични издания в някои държави се създават като резултат на класов компромис между младата буржоазия и централизираната монархична власт (Франция, Австрия, Русия, Швеция).

Но редовното получаване на търговски, политически, военни и по-късно културни и научни вестии е преди всичко обективна необходимост за възходящата буржоазия. Така тя може да разширява своята

икономическа дейност, да ползва новостите в техниката, да овладява нови пазари, да следи курса на стоковите борси в пристанищните и панаирните градове. Обменът на икономическа информация се превръща постепенно в незаменим отрасъл на стопанската дейност. Появяват се първите листове с новини, месрелации и панаирни каталози. Първоначално те са ръкописни, а по-късно се отпечатват. Наричали са се нюслетърс, нувелс, месрелации, месекаталози, корантос и др.

Във Венеция е бил издаван месечно в ръкопис бюлетина „**Новости скрите**“, който е съобщавал политически, икономически, военни и други вести. По-късно те са били отпечатвани и продавани на достъпна за всекиго цена, равна на една италианска монета – „газета“. Оттам идва и названието на тези предвестникови форми. Според Чалмърс първата отпечатана газета във Венеция е от 1562 г., а според Е. Емери венецианските власти нареждат през 1566 г. равносметката от войната с турците в Далмация да бъде четена и поставяна на публични места, като интересуващите се можели срещу една монета („газета“) да получат екземпляр. Колко е бил тиражът на това издание, можем да съдим от факта, че и до днес в библиотеката на Флоренция са запазени 30 екземпляра от тях.

Но като издателски центрове на *листозете с новини* се прочуват онези райони на Германия, които са напреднали в своето икономическо развитие и се намират по протежение на големите търговски пътища в Европа. Първият печатан лист с новини се появява в Нюрнберг през 1457 г., скоро след като Гутенберг е открил книгопечатането с подвижни метални букви. А рекордът на листовете с новини принадлежи на търговската къща Фугер, която чрез своите кантори в цяла Европа е разпространявала вести за своите абонати. Михаел фон Айцинг, австриец, женен за дъщерята на Фугер, от 1583 г. два пъти годишно е разпространявал вести за Франкфуртския панаир, за Кьолн и околностите, а след 1588 г. той разширява тематиката, като включва политически и военни новини от целия континент. Предимно търговска информация са разпространявали и *панаирните каталози*, като най-ранни в предвестниковата епоха са излизали във Франкфурт (1564–1749 г.) и Лайпциг (1594–1660 г.). В този период те са включвали и различни съвети, забавни четива и религиозни напътствия и едва след появата на първите утвърдени вестници и списания придобиват днешната си форма на средство за търговска реклама.

Съществували са и други опити за създаване на постоянно действаща и надеждна система за информиране. През 1597 г. император Рудолф II натоварва някои печатари да правят месечен, а по-късно и сед-

мичен обзор на събитията, който с пощенски куриер е бил разпращан в имперските градове.

Големите географски открития, бързият напредък в науката и техниката, развитието на изкуствата разширяват кръгозора на средновековния човек, въвеждат в обществено обръщение нови проблеми. Рязко се динамизират социалните процеси, неочаквана политическа окраска придобиват отвлечените доскоро богословски въпроси, религиозните спорове и последвалите ги войни въвличат в полемика държаните дотогава в безправие народни маси.

Избухват селските вълнения срещу немилостивия феодален гнет, борбата за Реформация обхваща континента. В Германия се разгаря Селската война. Франция е обезкървена от сраженията между хугеноти и католици и жадува за религиозна търпимост и социален консенсус, Нидерландия отстоява първата буржоазна революция – общественото развитие поставя много въпроси, които незабавно очакват ясен, рационален, мобилизиращ за действие отговор. Интересът към публичното слово расте, увеличават се полемичните брошури, летящите листове, прокламациите, ефемеридите, годишниците, алманасите, календарите, изпълнени не само с астрономически и метеорологични данни, но и със сведения от обществен, медицински и етичен характер. Някои от тези издания прехвърлят националните граници. Полемичната брошура **„Менипова сатира за действието на испанския католикон и за заседанието на Парижките щати“**, създадена през 1594 г. и осмиваща религиозния фанатизъм, подпомага извънредно много крал Анри IV в борбата му срещу опустошаващата страната Католическа лига.

Трактатите на Лутер и Мюнцер, **„Писмата на тъмните мъже“**, излезли изпод перото на пламения Улрих фон Хутен, ироничните диалози на Еразъм и великолепната му сатира **„Възхвала на глупостта“**, **„Утопията“** на Томас Мор и памфлетите на Цвингли, – всичко оспорва безпогрешната доскоро религиозна догма, събужда интереса към нови клонове на човешкото знание. Естествоизпитатели като Коперник, Бруно, Галилей, Харвей, Сервет, Линей се заемат да изследват непредубедено света, философи като Монтен, Спиноза, Декарт съдят за нещата според нормите на една хуманистична етика, творци като Леонардо, Микеланджело, Рембранд, Рабле, Шекспир пресъздават живота в цялата му пълнокръвност и красота. Извършва се един от най-големите духовни поврати в историята на човечеството.

Настъпилите промени в духовния ландшафт на континента стимулират не само създаването на блестящи образци в полемичната ли-

тература и сатиричната публицистика, които ще са „тежката артилерия“ на бъдещия вестник, но и формират високата норма за идващите поколения журналисти, просвещават бъдещата аудитория, отвоюват духовни територии за вестника като средство в политическата борба. Осъзнава се необходимостта от *актуално, конкретно и постъпателно* информирание на аудиторията. нуждата от *постоянен контакт* с нея. Съществуват предпоставките да бъде преодоляно едно обективно противоречие: наличието на ръкописни периодични издания, които не се отпечатват и имат ограничено въздействие и практиката на отпечатване само по повод на летящи листове, брошури, памфлети без строга периодичност, което не позволява създаването на постоянна аудитория.

Освен социалните и духовните предпоставки са необходими и материални условия, защото независимо от готовността на обществото да създаде система за периодично информирание и въздействие са нужни и механични способности за оперативно тиражиране на текста, за сравнително бързо разпращане, за съевременно получаване на новини и известия. И не на последно място трябва да съществува потенциалната читателска аудитория на изданията.

През 1440 г. в Майнц Йохан Гутенберг създава книгопечатането с подвижни метални букви. Ражда се по израза на канадския теоретик Маршал Маклуън „Галактиката на Гутенберг“, която радикално променя облика на съществуващата цивилизация и култура. Това откритие бързо се разпространява в Европа. През 1467 г. са открити печатници в Рим и Кьолн, през 1468 г. – в Аугсбург, през 1469 г. – във Венеция и Милано, през 1470 г. – в Париж, а през 1474 г. – и в Лондон. През 1510 г. в Париж вече е имало над 50 печатници. Първата руска типография е създадена през 1553 г.. Расте и броят на отпечатаните книги: от 1450 до 1500 г. в Европа са отпечатани 40 хил. книги, от 1501 до 1600 г. – 57 хил.. от 1601 до 1700 г. – 250 хил.. от 1701 до 1800 г. – 2 млн. екз.

Създаването на национална пощенска система и подобряването на пътищата се определя от мощта и организацията на държавната власт, съумяла да преодолее феодалните бариери и да осигури преминаването на куриери и вестители през всички области на държавата – дейност, съвсем небезопасна в отслабена, разпокъсана и постоянно воюваща Европа. През 1505 г. френският крал Филип I сключва споразумение с Френсис фон Таксис да се поддържа куриерска връзка между Брюксел и Париж, през 1516 г. е създадена пощенската система в Англия, през 1519 г. – в Германия.

Нараства и образователното равнище на аудиторията. Все повече стават хората, които могат да четат и пишат, все повече са тези, до които

вестникът може да достига. Журналистиката се нуждае от грамотни хора, с които да кореспондира, но тя също така допринася за издигането на образователното равнище на аудиторията. Според едно твърдение на френския писател Волтер, своеобразна духовна емблема на епохата на Просвещението, само 37% от французите от неговото време, а то не е било кратко – между 1696 и 1778 г., са могли да се подписват. Но колко са могли да четат? Оригиналното изследване на Дейвид Потинджър чрез анализ на подписите в брачните регистри показва промените в образователното равнище на французите. Авторът аргументира убедително тезата си, че стремежът към интелектуална престижност не е бил така опасно разпространен в онези времена, че да представлява статистическа величина. През първия период на изследване 1686 – 1690 г. се подписват 43% от французите, около 29% от тях са мъже и само 14% – жени. През 1786 – 1790 г., една година след избухването на буржоазната революция, грамотните са вече 74% – 47,2% мъже и 26,8% жени. Създаването на една относително широка и постоянна аудитория, която може непрекъснато да контактува с периодичните издания, да възприема, коментира и неколkokратно да осмисля тиражирания текст, да се позовава на него, да го прилага в практическата си дейност е неизбежно условие за появата и развитието на журналистиката. През първите десетилетия на XVII в. то е вече налице.

## ПЪРВИ ИЗДАНИЯ

Трудно е да се определи кога са се слели листовете с новини (нюслетърс, нувелс, летр дискур, релации, новеланти и др.) и брошурите (лятящи листове, прокламации, трактати, памфлети), за да бъде поставено началото на модерния вестник, притежаващ характерните черти на редовно излизащо периодично издание – *масовост* (механично тиражиране и публичен адресат), периодичност, продължителност, колективно авторство, достъпност, графична и тематична константност, актуалност. Постепенно вестниците ще оформят своя облик, ще се появят първите всекидневници, ще се засили *актуалността* и *оперативността* при поднасянето на информацията, ще проличи *универсалността* на типично вестникарската информация. С оглед на тези промени ще се открият и първите списания, които ще акцентират повече върху проблемите и съжденията за тях: вместо универсалната, всеобхватна вестникарска информация ще бъде правен предварителен тематичен подбор, ще бъде засилена специализацията по области на знанието, сфери на обществена дейност, цели на въздействието.

Има сведения, че първият вестник се е появил през 1605 г. в Анверс, но той не е със запазена номерация. Затова за *първи печатни издания в света* се приемат два вестника: „**Релацион алер фюрнемен унд геденквюрдиген хисториен**“ („**Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien**“), отпечатван през 1609 г. в Страсбург от Йохан Каролус – печатар и издател, и излизалото през същата година седмично издание „**Авизо Релацион одер Цайтунг**“ („**Aviso Relation oder Zeitung**“), отпечатвано първо в немския град Волфенбютел, а по-късно издателят му Якоб Луциус го премества в Аусбург. И двете издания са били малки 4-странични вестника, с буквално препечатвани съобщения, с ограничен тираж, разпращани на малък брой абонати. Информацията в тях е била набавяна от куриерските служби, от частни писма, от излизащите епизодично в други страни корантоси, нувелс и нюслетърс. Издателите са се придържали близо до първоначалните съобщения като редакторската и издателската намеса е била много скромна.

Първата страница е била запазена за коронованите глави, за големите военни и политически известия. Но във вестниците са били включвани и други новини. В страсбургския „Релацион“ е поместено съобщение от Венеция с дата 4 септември, в което е отбелязано голямо събитие за научния свят: професор Галилео Галилей от Падуа е създал телескопа и, както не пропуска да отбележи вестникът, „за награда венецианските власти са му повишили възнаграждението“. За последвалите откритията наблюдения и изводи на Галилей, че Земята не е божествения център на Вселената, които оспорват църковната догма и ще предизвикат „възнаграждението“ на инквизицията, вестникът естествено е бил принуден да премълчи.

Създадената форма за периодично информиране бързо намира последователи. Още през 1610 г. започва да излиза вестник в Кьолн, в Хамбург – през 1616 г., в Антверпен – през 1619 г., през 1620 г. вестници излизат във Франкфурт, Берлин, Базел, Виена, Амстердам. От 1645 г. в Стокхолм започва издаването на дворцов, официален вестник, който без прекъсване продължава да излиза и сега като по този начин държи първенството на най-дълготрайното периодично издание в света.

Според шведския изследовател Фолке Дал местни новини се появяват за първи път във виенски вестник през 1629 г., което показва, че двадесет години след своето рождение вестникът вече не се задоволява само да информира за събитията по света, но се стреми да пресъздава и микросвета, да очертава хрониката на регионалния живот, да откликва на най-непосредствените тревоги на своите читатели. През



1660 г. в Лайпциг печатарят **Тимотеус Рич** превръща издавания от него седмичник във *всекидневник*. Създадена е нова разновидност на периодиката, която ще получи бързо развитие, ще бъде оцветена в различни класови тоналности, ще изпълнява различни исторически роли. Още при появата си първите вестници съчетават някои от чертите на своите предходници – *информационността* на листовете с новини и *проблемността* и *четивността* на различните алманаси, ефемериди, хроники, годишници и брошури. През 1665 г. излизат и първите списания – „**Журнал де Саван**“ във Франция и „**Философикъл транзакшънс**“, издавано от английското научно общество. Френският писател Франсоа Волтер ще провъзгласи Денис дьо Сало, издателя на „Журнал де Саван“, за „баща на всички издания от този род“, а един от най-ранните френски историци на печата – Камюза през 1734 г. ще аргументира първенството на дьо Сало и ще даде първото определение на списанието. Според Камюза то е *информиращо*, *анотиращо* и *представящо* новоизлезлите книги, както и *консервиращо* и *фиксиращо* научните открития, т. е. то отразява всичко, което „всекидневно става в републиката на буквите“. Твърдението на Камюза ще бъде уточнено и възпроизведено в най-авторитетния компендиум на знанието през Възраждането и Просвещението – Френската енциклопедия. Според авторите от XVIII в. списанията са създадени „за удобството на тези, които са прекалено заети или прекалено мързеливи да прочетат целите книги“.

Камюза основателно оборва и издигнатата през 1689 г. теза на немския учен Константин Волф, че първосъздателят на научното списание е византийският патриарх Фотий, създал литературния алманах „**Мириобиблион**“ („Светът на книгите“) с откъси и коментари на класиците и поучителни текстове, предназначен за децата от императорското семейство и двора. Фотий, един от изтъкнатите дейци на ранния византийски хуманизъм, е преподавал в Магнаурската школа, където се е учил и цар Симеон Велики и по-късно е провъзгласяван за патриарх на два пъти – през 858-867 г. и 877-886 г. Неговото съчинение обаче е имало ограничено разпространение, не е било тиражирано по механичен път, имало е по-скоро педагогическа, отколкото универсална насоченост, характерно за ранните списания.

Разгърнатото определение на списанието във Френската енциклопедия е имало предвид не толкова трудолюбивите четци на научните списания, а по-късно оформилата се група читатели на „моралните“ списания с развлекателни приложения, възникнали в Англия, възприети и бързо разраснали се в Германия и изпълнени с галантно четиво

във Франция. Чрез моралните и отделните се вече от тях семейни списания, периодиката започва да развива още една своя черта – *дидактичността* и *развлекателността*. В списанията младата буржоазия се стреми да култивира и своите нравствени норми, семейни ценности и личностни добродетели, за да ги противопостави, пак в името на предстоящия класов сблъсък, на разпуснатостта и фриволността на аристокрацията.

## ЗЛАТНИЯТ БАЛ НА ПОСЛУШНИТЕ

Има един конфликт в журналистиката, който започна още преди първият вестник „да проходи“. Независимата журналистика е недолюбвана от властниците, които винаги са се стремили да развдъят послушковците в пресата, изкуството и живота. Историята дава достатъчно примери за това. Малко след създаването на първата печатарска преса (1440 г.) църквата нарежда да се следят всички печатници (1479 г.), а владетелят на немския град Майнц, сякаш, за да продължи първенството на своя град при изобретяването на книгопечатането, въвежда и първата книжовна цензура в Германия и света. Папите Пий V и Григорий XIII забраняват ръкописните вестници и анатемосват журналистическата професия завинаги. Кралете на Англия се опитват да накарат самите издатели и печатари да се контролират взаимно и да се самоцензурират, като професионалната общност отговаря солидарно за отпечатаните бунтарски текстове. Но най-големият ироничен парадокс на историята е в това, че първопроходецът на либералната теория за печата английският поет, философ и издател Джон Милтън, формулирал фундаменталния принцип за свободата на печата в брошурата си „**Аеропагитика**“, първи го нарушава, щом приятелят му Оливър Кромуел идва на власт. Джон Милтън доброволно става главен цензор на официозния орган на републиката и не се свени да задрасква, осъжда, праща в затвора журналисти и да спира критични издания.

Почитаният „баща-основател“ на американската република Томас Джеферсън, останал в историята с прословутото си изречение, че предпочита, ако няма избор, страната да остане с вестници, макар и без правителство, отколкото обратното, също не се свени да съди журналисти и издатели, които го нападат като президент, както и да подпомага с държавни средства издаването на партийния орган на републиканците „Нешънъл Газет“. Естествено е, след като Джеферсън напуска пос-



та, да спре и субсидията. Така секва и традицията на партийния печат в англоезичния свят, макар че първият партиен орган е изданието на английските левелери „**Модърит**“, чийто издател, памфлетистът Джон Лилбърн, никак не бил умерен в остротите и сарказма си към доскорощния си съюзник и новоизпечен върховен управник Кромуел, наричан за прегледност „Червеното говедо“ с ясен намек за безразсъдната гневливост и отмъстителност на властника към довчерашните му съратници.

И така, ако трябва да се обобщава дългата и трагична история на борбата с цензурните ограничения, могат да се открият трите най-характерни ситуации на потискане на журналистиката. **Най-хитроумните начини** са прилагани в Англия, **най-широкомасщабна** е била акцията във Франция и **най-откровено брутална** в Бисмарковия Втори райх. И тъй:

**Най-хитроумно** властта преследва независимата журналистика в Англия, където след 1712 г. в парламента се прокарва серия от закони, известни като „данъци върху знанието“, с които икономически се ограничава влиянието на рязко политизираната английска периодика на „седмичните хронисти“ Дефо, Суифт, Стийл, Адисън, Филдинг. Вестникът започва да струва колкото половин агне и десетина килограма хляб. Така до 1855 г. периодиката е информационна привилегия само за имотните класи. Иначе привидно няма никаква политическа, полицейска или църковна цензура.

**Най-обхватна** е системата за контрол на печата във Франция на Наполеон I, където бюро по „въпросите на свободата на печата“ в Министерството на полицията на небезизвестния политически играч Жозеф Фуше дава съвети как да се списват малкото оставени като заглавия вестници. Другите са закрити, за да се избегне „ненужната конкуренция“. Имало по един вестник на департамент и четири всекидневника за цял Париж. Толкова свобода се е оставяла на французите по време на управлението на генерала-император.

**Най-откровена** е системата на Бисмарк, който създава специални „змийски фондове“, за да подкупва журналисти и издания в страната и чужбина. А когато социалдемократите неочаквано стават електорално популярни и опасни за „железния канцлер“ и не се поддават на ласкателствата и интригите му, той просто ги забранява за 12 години като „опасна партия“ заедно с целия им печат, за да може Вторият райх да стъпи на крака. А когато командните и духовните лостове в новосформираната единна немска държава са изцяло овладени от по-удобните му прогресисти и националисти, той пуска социалдемократите във вече

разграфеното политическо пространство. Но те вече имат една трайна страхова невроза, че всеки миг може да ги касират. И оттам идва боязънта на немските социалисти пред институциите, защото ако тръгнат да превземат гарата при революция, първо – ще си купят перонни билети, за да не нарушат порядъка или да разсърдят гаровото началство, според саркастичния израз на Карл Либкнехт.

Разбира се, в историята има и случаи на полезни самоограничения. По време на Втората световна война освен официалната военна цензура английските журналисти съзнателно се самоограничават, за да не подпомагат фашистката агентура с информация за военни тайни. И кодексът е нарушаван рядко. И то предимно от нетърпеливи младоци и свръхамбициозни военни кореспонденти от издания, критични към авторитарния стил на управление на военновременния премиер Уинстън Чърчил, който налага закриването на няколко вестника само заради остротата на персоналната критика към него. Военните от всички армии и епохи винаги са предпочитали повече баналните живописци и пиар специалисти пред критичните и взискателни кореспонденти, анализатори и репортери. Авторитарната по своя характер армия рядко превъзможва любовта си към извечната команда на солдафона: „молчать, не рассуждать“.

Но ако се направи паралел на ограниченията на печата и на журналистиката в Америка и Европа, като цяло се забелязва, че Старият континент е ресурсно по-ограничен, по-кастов и йерархизиран, с повече наследени от феодалните времена предразсъдъци. Затова и репресията тук е по-голяма. Показателна е съдбата на немската преса преди, по време и след Първата световна война. Немската журналистика е снабдена с най-пространната военна цензурна инструкция в два тома по 600 страници всеки. В немската преса не се допуска и критична думичка срещу императора, генералите Лудендорф, Хинденбург и фон Молтке. Хаос, своеволие, ресурсна необезпеченост, надменно коварство към съюзниците (включително и към българската армия в Добруджа и на Солунския фронт), генералшабно безхаберие – нападат първо Франция, защото за войната с царска Русия нямали готови планове. Но печатът, добре дисциплиниран, бодро тръби само за победи и надмощие, чертае планове за бъдещото разпределение на Европа и тържествува, че няма чужди войски на немска земя. И примирието през ноември 1918 г. идва като гръм от ясно небе. Тогава провалилият се генералитет изведнъж обвинява пресата, задето не била критична, че заблуждавала народа и скривала истинското положение, че е извършено предателство от сключо-

чилите принудителното примирие социалдемократи, поели властта буквално часове след ноемврийската революция; че немската журналистика едва ли не е „забила нож в гърба“ на храбрия Зигфрид, измамен от коварните и пресметливи съседи от запад и от изток. Идеологеми, които истинските виновници за поражението коварно насаждат в съзнанието на немското простолудие не без овчедушното съгласие на масовата, тиражираща предразсъдъците, преса. Петнайсет години по-късно тези митове ще изплуват и ще помогнат на нацистите да екзекутират набързо Ваймарската република и демокрацията въобще в страната и да се превърнат в световна заплаха.

Има и случаи, когато репресията се „спестява“, защото държавата предпочита прекия контрол, какъвто е моделът на държавно управление на радиото и телевизията във Франция от 1944 до 1974 г. Чрез специално създаден за целта комитет се осъществява пряка цензура. Но това е стара френска привичка да се контролира тайно или явно журналистиката. Още първият френски вестник „Ла Газет“ на Теофаст Рьонодо тайно е субсидиран и контролиран от краля Луи Тринадесети и кардинал Ришельо. Величеството и неговият даровит министър дори са пишели под псевдоним. А пък Рьонодо често си е позволявал да съкращава текстовете на тези височайши журналисти.

Контролът над радиото и телевизията в Четвъртата и Петата френска република тръгва от принудителния Кодекс за честта на френския печат от 26 август 1944 г., когато се закриват колаборационистките и профашистките издания, радиото и информационните агенции и се създават нови с държавно участие. До 1974 г. във Франция държавата контролира пряко радиото и телевизията. Подобна мярка е необходима, за да се преодолеят трусове на следвоенната денацификация и модернизация, последиците от Индокитайската и Алжирската война, както и да се гради целенасочено имиджът на генерал дьо Гол като баща на Петата република с неговия просветен бонапартизъм в модернизирал се Европа, разграничаващ се от крайния атлантизъм и проамериканизъм на Британия и Италия през този период.

Класически пример за доброволната симбиоза между властта и журналистиката, където и двете страни са доволни, е Великобритания. Още при премиера Бенджамин Дизраели, лорд Биконсфилд, през 70-те години на XIX век политиците започват да ухажват журналистите, да подбират приятели сред тях, да подпомагат изяви на „подходящите посредници“, да ги снабдяват с приоритетна информация. Започва удостоверяването на журналисти и издатели с титли, звания, награди. Издате-

лят на първия сензационен масов всекидневник във Великобритания „Дейли мейл“ Алфред Хермсуърт, става баронет, виконт и накрая лорд Нортклиф, после и други издатели са произведени в рицари и перове – Бивърбрук, Ротърмиър, Кемроуз, Томсън, подпомагащи явно или тайно правителствата в парламента и в обществения дебат. За най-опитния манипулатор на пресата в Англия се смята премиерът Лойд Джордж, който редовно събира главните редактори в премиерската резиденция на „Даунинг стрийт“ № 10, назначава ги на високоплатени постове и лансира в дипломатията и ръководството на партията техни протежета.

Навсякъде, където е останала минимална възможност за държавна намеса при избор, оценка, лицензиране и др., тя охотно се използва от правителствената администрация. Особено се изостря въпросът за отношенията *власт-журналистика* в новите демокрации като например Русия. Пред нея стоят много сложни задачи. Да се извърши едновременно денационализация и държавна реконструкция, от една страна, а от друга, да се създаде национален частен капитал и да се съхрани държавността. Етатистко-бюрокраичното мислене, което тръгва още от царете Иван Грозни и Петър I и е усъвършенствано от централизираната болшевишка система, се сблъсква с олигархичното фрийтрейдерство на нововъзникналите икономически субекти, които изповядват либерални възгледи, но лобират и за чужди частни и държавни приоритети. Този конфликт е много драматичен и съдбовен. Той поставя журналистите между зъбците на много мощни и безмилостни механизми. А и руското гражданство, и просветеното обществено мнение са все още твърде слаби, за да защитават журналистите – тези свои естествени защитници и гаранتي за демократично развитие. Обществото като структура все още няма достатъчно силов и административен ресурс за това. Но нима на Радишчев и Новиков им е било по-леко при самодържавната императрица Екатерина Велика? Дано днешните им последователи имат техния кураж.

Понякога конфликтът *власт – журналистика* се замъглява, защото властта обича да пленява със златна примка бардовете на свободното слово. А те не винаги слагат восък в ушите си като моряците на Одисей. Приемат и ласкателствата, и подаръците на властта, приближават се до нея, сядат охотно на масата ѝ, включват се в нейните тайни и явни игри. И така се стига до едно официално чествано дълголетие на съглашателството, до онзи прословут златен бал на послушковците и усърдните техни чираци.

Дори в САЩ, където е в сила едно от най-либералните законодателства за журналистиката, също рядко се пропуска шансът да

се притиснат недоволните. Един влиятелен качествен вестник като „Уошингтън поуст“ отстъпва пред натиска и заплахата на Никсъновото правителство, че няма да им бъде подновен лицензът за седем телевизионни станции във Флорида, и се отказва от публикуването на разкритията на Д. Елсбърг, известни като „Докладите на Пентагона“. Публикува ги вестник „Ню Йорк таймс“. След това обаче тръгват първите съдебни разпити на замесените в аферата „Уотъргейт“ и изгрява златният шанс на репортерите на „Уошингтън Поуст“. Техните разкрития сериозно разтърсват президентството на Ричард Никсън. Той е принуден да подаде оставка. Поелият властта след него, вицепрезидент Джерълд Форд го помилва и така прекратява възможното съдебно преследване. Но моралната санкция над „имперското президентство“ на републиканеца Никсън, свикнал да втълпява на помощниците си, че „всички в медиите са врагове, без изключение“, е вече произнесена. Този случай, както и скандалът с германския президент, опитал се да притисне вестник „Билд“ да спести разкритията за финансови машинации на съпругата му, илюстрират добре предупреждението, че опитомени за вечни времена медии няма. Както и вечни послушковци. Защото това, което традиционните медии ще скрият или премълчат, новите медии, които имат силна гражданска мотивация, няма да пропуснат да огласят. И ще осъществят първия от многото обществени ангажменти на журналистиката – да информират обективно и безпристрастно за ставащото. Останалото – коментарът, анализът, прогнозата, естествено ще го последват. Вече с усилията на цялото общество.

# 1: БЕЛГИЯ

*Мария Попова*

## ПЪРВИ ИЗДАНИЯ

Белгийските медии имат значително по-късна поява, в сравнение с другите европейски държави, което се дължи най-вече на историческото развитие на страната. Белгия получава независимост едва през 1830 г. при това след продължително вътрешно противоборство, в опит да отстоява националната си идентичност при различни доминиращи национални интереси.

През 15 век белгийските територии са включени в общите холандски провинции и като цяло принадлежат първоначално на французите, след което на Свещенната римска империя на германските народи, а през 16 век са предадени за управление на Испания. Благодарение на Осемдесетгодишния холандски бунт през 1648 г. е създадена независимата република „Обединени провинции на Нидерландия“, в която, освен традиционните холандски области, влизат Фландрия и Валония. Още тогава между различните райони на „ниските земи“ се наблюдават сериозни противоречия, които се оказват решаващи за социалното, икономическото и културното развитие на бъдещите две държави – Нидерландия и Белгия. Северните белгийски провинции имат бърза индустриализация, която им позволява в следващите години да се наредят сред водещите в промишлено отношение европейски зони. За разлика от тях холандските градове разчитат на добрите търговски връзки, които имат и на възможността да контролират голяма част от световната търговия.

Наблюдава се и лингвистично разделение – между френскоговорящите валонци, които получават добра културна и образователна подкрепа от Франция, нидерландците и фламандците, които държат на етнокултурната си различност, а официално съществува и малка немскоезична общност в източните части на страната.

Най-съществените борби идват от религиозното противопоставяне – следствие на Реформацията и активната немска намеса, провинциите в Нидерландия приемат протестанството и благодарение на своите позиции в управлението водят донякъде дискриминационна политика спрямо католическите общности във Валония и Фландрия.

Всичко това добринася за създаденото в белгийските области усещане за неадекватност на политическото и териториалното им обединение в рамките на Нидерландия. Основна причина за последвалото разпадане става френската експанзия на Наполеон I Бонапарт, който, в годините на своето управление, завладява „ниските земи“, създава на част от тях Кралство Холандия, управлявано от на един от братята му – Луи Бонапарт, а по-късно анексира цялата територия в границите на Френската империя. Възстановяването на холандската независимост под скиптър на Вилхелм I през 1815 г. и опитът му да уравни силите, като прокламира два центъра на управление – Хага и Брюксел, не успява да уталожат белгийските страсти. По това време почти във всеки по-голям белгийски град излиза вестник, който застава зад идеята за белгийска независимост. Най-ревностните поддръжници са валонците и техните католически вестници „**Куриер де Пеи-Ба**“ („**Courrier des Pays-Bas**“, „Холандски куриер“), който съществува в Брюксел в периода 1821 – 1832 г. и чийто редактор е Луи дьо Поте, а също излизащите в Лиеж – „**Католик де Пеи-Ба**“ („**Catholique des Pays-Bas**“, „Холандски католик“), „**Куриер дьо ла Мьоз**“<sup>1</sup> („**Courrier de la Meuse**“, „Куриер от Мьоза“), както и „**Журнал дьо Лувен**“ („**Journal de Louvain**“, „Вестник на Лъовен“). Подобни цели си поставя и либералният в. „**Алманах Матьо Ланбер**“ („**Almanach Matthieu Lansbert**“, „Алманах на Матьо Ланбер“), известен и като „Алманах дьо Лиеж“ („**Almanach de Liège**“, „Алманах на Лиеж“), който първоначално излиза в периода между 1626 и 1792 като общотематична енциклопедия, след това се налага като всекидневник, по-късно променя името си на „Политик“ („**Politique**“, „Политика“), а сега продължава съществуването си под названието „Алманах дьо Лиеж“.

Властта е поддържана от вестниците „**Газет де Пеи-Ба**“ („**Gazette des Pays-Bas**“, „Холандски вестник“), „**Журнал дьо Ганд**“ („**Journal de Gand**“, Вестник на Гент“), „**Амстердамсхеханделсблад**“ („**Amsterdamsehe Handelsblad**“, „Амстердамски търговски вестник“), „**Ютрехтсхе Дахблад**“ („**Utrechtsche Dagblad**“, „Всекидневник на Утрехт“), „**Арnhemсхе Курант**“ („**Arnhemse Courant**“, „Вестник на Арнем“). Поради това, че тези вестници не са особено популярни и качествени, холандското правителство е принудено да основе през 1830 г. в Брюксел вестник „**Национал**“ („**National**“, „Нация“). През 1830 г. е основан и либералният

---

<sup>1</sup> Мьоза (на фламандски език се произнася Маас) е най-голямата белгийска река, която води началото си от Северна Франция, преминава през цялата територия на Белгия и част от Нидерландия, където се влива в Северно море. – б.м.



всекидневник в. „Индепенданс белж“ („*Indépendance Belge*“, „Белгийска независимост“), най-авторитетното издание в страната през 19 в., излизало до окупацията през 1940 г.

---

Луи дьо Поте (1786-1859) е белгийски политик, журналист и памфлетист. Произхожда от богато аристократично семейство. След като учи в Брюж, продължава с обучението си по древни езици (латински и гръцки), както и по история в Италия (Рим и Флоранция), Германия и Франция, където пише първите си литературни творби, посветени на история на католическата църква.

След завръщането си в Брюксел през 1824 г. заема активна позиция срещу холандското управление, както и заявява своите политически цели в изданията от него либерален опозиционен в. „Куриер дьо Пе-Ба“. След като публикува свой пламенен пафлет срещу кралските министри през 1828 г. и застава на страната на юнионизма, Дьо Поте е изпратен в затвора. По-късно е осъден на осем години изгнание, заради написания от него в затвора памфлет „Обединение на католици и либерали“, които прекарва в Германия. Завръща се в Белгия след обявяването на независимост през 1830 г. и участва в създаването на местния парламент.

Най-известната му творба е „Политическа история на християнството“.

Юнионизъм (обединение на опозициите, *union des oppositions*) е политическо движение в Белгия, което съществува между 1820 и 1846 г. Обединява католическата и либерална опозиция в белгийските райони срещу едноличното управление на Вилхелм I и доминирането на холандското мнозинство в обединената държава. Отразява политическия съюз между либералните политически кръгове и католиците. Сред водещите представители на юнионизма са Етиен дьо Герлах и Луи дьо Поте. Първото правителство на независима Белгия се съставено от юнионисти и начело застава именно Герлах.

Юнионизмът като подход се среща и след Втората световна война, като според него трябва да се спазват националните различия и националният суверенитет на отделните европейски държави, да съществуват международни, а не наднационални органи на интеграция и общите решения да се вземат след обсъждане и сближаване на позициите. Той защитава разликите между „голямата политика“ (отнасяща се до области като отбрана, вътрешна сигурност, дипломатия), при която трябва да се запази националният суверенитет и „малката политика“, при която отделните държави могат да жертват част от своята независимост с цел подобряване на международното сътрудничество и общоевропейско развитие.

---

Интерес представляват и вестниците на фламандското движение, което е ръководено от Ян Франс Вилемс. То цели запазване на фламандската народност и език<sup>2</sup> и е широко разпространено в районите

---

<sup>2</sup> Фламандският език е диалект на холандския език. – б.м.



на източна и западна Фландрия. Сред по-важните подобни вестници са излизащият в Брюксел „Де Фламске Газет“ („De Vlaamsche Gazet“, „Фламандски вестник“) и „Флаамске Хеелаа“ („Vlaamsche Heelaa“) от Борнгенгут, макар че тези издания нямат особено голямо значение – като разпространение и качество.

---

**Ян Франс Вилемс** (1793–1846) е фламандски писател и баща на фламандското движение. Роден е в гр. Бухаут, по времето, когато той е под френска окупация. Започва своята кариера в офиса на нотариус в Антверпен. През свободното си време се занимава с литература и през 1810 г. печели награда за поезия. Подкрепя с ентузиазъм обединението с Кралство Холандия и възраждането на фламандската литература, публикува множество възторжени текстове на фламандския език. След Белгийската революция през 1830 г. е признат за безспорен ръководител на фламандското народно движение, което иска езикова и правна равнопоставеност между двата етноса в Белгия.

---

Белгийската революция от 1830 г. се проявява в обществени вълнения в районите на Валония, Фландрия, Люксембург и холандската провинция Лимбург. Недоволен от прокламираната независимост холандският крал Вилхелм I изпраща холандската армия в бунтуващите се области, но след кратки военни действия е принуден от международната общност да приеме фактичкото разделение. През 1831 г. е гласувана и първата белгийска конституция, за крал на новата държава е избран Леополд I, а за столица – град Брюксел. В миналото Брюксел е типичен фламандски град, който в периода на френската окупация на Наполеон търпи силно френско влияние. Това двуезично и двунационално разделение на града се засилва в следващите години, въпреки че водещи остават френската култура и език<sup>3</sup>.

Приетата още през първите години свобода на печата води до бърза поява на качествени, политически активни и социално популярни издания. Същевременно се оформят и политическите формации, които впоследствие имат водещо положение в политическия и социален живот на белгийското общество. От средите на юнионизма произлиза първата белгийска партия – създадената през 1847 г. Либерална партия, която в продължение на дълъг период от време е единствената политическа сила в страната.

Втората политическа партия – Католическата, се появява чак през 1884 г., въпреки че сред средите на католическите консерватори има зна-

---

<sup>3</sup> Според някои изследвания около 77% от съвременното население на Белгия говори френски език, за разлика от едва 16%, които говорят фламандски език. – б.м.

чими политически фигури, които защитават позицията за даването на широки конституционни свободи, но и търсят възможност да доминират в политически план. Обединението им с либералите, чийто популярен представител е Адолф Бартелс, в рамките на юнионизма, се оказва само временно положение, защото между двете политически групировки, има значими различия – главно по отношение разделянето на властта между църквата и държавата. Тяхната позиция по блестящ начин е представена в произведенията на белгийския писател Хендрик Коншгънс.

---

**Адолф Бартелс** (1802-1862) е белгийски политик, журналист и писател, участник в Белгийската революция от 1830 г. Автор е на два исторически текста, посветени на революцията. Също така е редактор в „Радикал“ („Radical“, „Радикал“), официално издание на либералното движение, който излиза между 1837 и 1838 г.

**Хендрик Коншгънс** (1812-1883) е известен белгийски писател. Роден в семейство на французин и фламандка, по-късно Коншгънс става един от първите писатели, които пишат на фламандски език. Творчеството му е сравнявано с това на британския писател сър Уолтър Скот. Сред популярните му произведения са романите „Лъвът от Фландрия“ и „Кметът на Лиеж“, който представя убийството на Пиер дьо ла Рюел. В текстовете си той приравнява борбата на средновековните занаятчии за самостоятелност с тази на белгийското общество за независимост и по този начин допринася за налагането на либералните позиции по време на Белгийската революция от 1830 г., в която самият Коншгънс е участник.

---

Католическата партия, по-късно наречена Християнсоциалистическа, заема доминиращото място на Либералната в полето на белгийската политика, но през следващите години двете партии неизменно са в управлението на страната, най-често в коалиция с либералите и социалистите.

Политическата палитра на страната е допълнена през 1885 г., когато е учредена Партията на труда, през 1891 г., когато е създадена Християндемократическата партия и през 1900 г., когато се появява Социалдемократическата партия.

## СЪВРЕМЕННИ ВЕСТНИЦИ

Белгия се налага като една от най-стабилните западноевропейски държави в политическо и икономическо положение, и една от най-гъсто населените европейски области<sup>4</sup>. Постигането на подобна социална

---

<sup>4</sup> Според различни изследвания по гъстота на населението с 339 души на кв. м. Белгия е на 17 място в света и на трето в Европа след Нидерландия и Монако. – б.м.

търпимост е резултат най-вече от дългогодишно политическо балансиране между социалните, културните и икономическите интереси на двете етнически общности, които съставят държавата. Въпреки че на двете общности е дадена възможност за непосредствено политическо участие в управлението на страната, за културно и езиково развитие, образователно израстване чрез създадените в двата района университети, в различни периоди всяка от двете области има водеща позиция и желание за сепаративност – все неща, които не слизат от политическия дневен ред.

В исторически план поведението на Белгия следва модела на международен неутралитет, който никога не е зачитан от съседна Германия и тя я напада както през Първата, така и през Втората световна война. Двете световни войни се оказват пагубни за страната, тя губи много свои граждани, нейната икономика се срива.

Сега Белгия е част от НАТО и от ЕС и се налага сред стабилните в икономическо отношение държави. Макар да не се отличава с големи природни залежи – въгледобивната промишленост и черната металургия са характерни само за Валония, а в началото на 20 век, когато находищата се изчерпват, тази област остава подчинена в икономически план. Във фламандските провинции се налага силната индустриализация – главно машиностроене, текстилна и химическа промишленост, автомобилостроене, електроника, както и се разчита на превръщането на традиционните фламандски градове като Брюксел и Антверпен във важни търговски средища.

Сред значимите проблеми на Белгия е езиковото разделение. При създаването на белгийската държава през 1830 г. за официален е обявен само френският език, макар преобладаващото население да е фламандскоезично. Френският е водещ език и за по-издигнатите фламандски интелектуални и културни кръгове. Едва през 1898 г. двата езика са официално равнопоставени, а през 1962 г. е приет закон, който определя езикова граница основно между френскоговорящите валонци и фламандскоговорящите фламандци, които съставляват близо 60% от населението на Белгия<sup>5</sup>. Това се оказва определящо за политическата обстановка след 1970 г., когато след поредица от демонстрации и честа смяна на правителствата, се стига до пълна федерализация на страната. Съществуващите партии застават зад тясно фламандски или тясно

---

<sup>5</sup> Даже съществуват разлики в названието на част от белгийските градове – например Антверпен (на флам. ез.) и Анвер (на фр. ез.), Льойк (на флам. ез.) и Лиеж (на фр. ез.), Гент (на флам. ез.) и Ганд (на фр. ез.) и др. – б.м.

валонски интереси, като традиционно водещи са християндемократите (Хуманистичен демократичен център при валонците и Християндемократическата и фламандска партия при фламандците, сред водещите ѝ лидери са Лео Тиндеманс и Вилфред Мартенс), социалистите (Социалистическа партия при валонците и Социалистическа партия-различни при фламандците) и либералите (Реформаторско движение при валонците и Фламандски либерали и демократи при фламандците), но постепенно се налагат и зелените партии, както и крайнодесните националистически партии (Национален фронт при валонците и Фламандски интерес при фламандците).

---

**Лео Тиндеманс** (р. 1922 г.) е белгийски политик и държавник. Кариерата му започва като журналист и обществен служител. Политическите му амбиции се свързват с Християндемократическата партия, на която първоначално е национален секретар, а после и председател на фламандското ѝ крило. В управлението на страната заема постове – министър по въпросите на фламандската общност през 1968 г., министър-председател на два кабинета между 1974 и 1978 г., министър на земеделието между 1972-1973 г., министър на външните работи между 1981 и 1989 г. Той е сред поддържниците на белгийския федерализъм.

**Вилфред Мартенс** (р. 1936 г.) е белгийски политик и държавник. Първоначално работи като адвокат, но развива и значима политическа кариера. Започва като председател на младежката секция, а след това и на цялата Християндемократическа и фламандска партия. Става министър-председател през 1979 г. и остава начело на Белгия до 1991 г., като ръководи различни коалиционни кабинети. Един от привържениците на белгийския федерализъм.

---

През 1993 г. са предприети нови управленски промени и макар формално Белгия да е конституционна монархия под управлението на крал Албер II (р.1934 г.), федерализацията обхваща и държавните институции – има три регионални правителства в трите основни общности на страната – фламандско в Антверпен, валонско в Нампюр и още едно в Брюксел, приема се наличието и на малцинствена германска общност.

Духовният живот в Белгия също има своето бурно развитие още в началото на 20 век, когато е създаден Националният фонд за научни изследвания, благодарение на който научни успехи постигат водещи изследователи като физиолога Жюл Борде, носител на Нобелова награда през 1919 г., математика Шарл дьо Ла Вале-Пусен, астронома Жорж Льомер. Белгийците са активни почитатели на новата медия – киното, ето защо през 1938 г. в Брюксел е създадена Белгийската кралска филмо-

тека. Особено забележителни са постиженията в областта на живописа – сред известните белгийски художници са родените в белгийските територии традиционни „холандски майстори“ като Рубенс и Ван Дайк, но и модерни творци като сюрреалистите Ръоне Магрит, Пол Делво, Е.Л.Т. Мезенс. В литературата също се налагат значими модели – както от сюрреалистите – писатели от брюкселския кръг „Кореспонданс“ – Пол Нуге, Луи Скютенер, Пол Магрит, така и от кръга „Рюптюр“ от Ла Лувиер – Андре Лоран и Ашил Шаве, а също и от водещия в кримиталната литература Жорж Сименон, в романизма – Шарл Плиние, в поезията – Жан Рей, в градския роман – Херман Теерлик, Раймон Брюле, Морис Рулантс, Вилем Елскот и други.

Добрите икономически показатели, както и политическото, езиковото и етническото разделение на Белгия оказват съществено влияние върху съвременния медиен пазар. От една страна са медийните компании, които издават вестници на фламандски език. Такива е „**Корелио**“<sup>6</sup> („**Corelio**“), която е създадена през 1976 г. под името „ФУМ“ („**VUM**“, „**Vlaamse Uitgeversmaatschappij**“) и която контролира водещите фламандскоезични вестници „**Хет Ниусблад**“, „**Де Стандаарт**“ и „**Хет Фолк**“.

„ФУМ“ е основана през 1976 г. от Андре Лейсен съвместно с други фламандски бизнесмени с цел да спаси издаването на вестниците от „Стандарт груп“ след банкрута на групата на 22 юни 1976 г. От 1997 г. президент на компанията е синът на Андре Лейсен – Томас Лейсен.

Друга подобна компания е „Де Персгруп Недерланд“<sup>7</sup> („**De Persgroep Nederland**“), която също е създадена в средата на 70-те години като семейна компания, а през 2009 г. се обединява с холандската медийна компания „Перскомбинати“ („**Perscombinatie**“, РСМ), за да издава някои от водещите вестници в Нидерландия и Белгия като например белгийските „**Хет Лаатсте Ниус**“, „**Де Морхен**“. През 2005 г. „Де Персгруп Недерланд“, друга водеща белгийска медийна компания „Росел“, купуват компанията „Йотхевей Де Тейд“ („**Uitgeverij De Tijd**“), която издава „**Де Тейд**“ и неговото френскоезично копие „**Л’Еко**“<sup>8</sup> („**L’Echo**“, „Ехо“) и създават нова компания „Медиафин“<sup>9</sup> („**Mediafin**“).

Влияние има и международната инвестиционна компания „Концентра“<sup>10</sup> („**Concentra**“), която издава регионалните вестници „**Ха-**

---

<sup>6</sup> [www.corelio.be](http://www.corelio.be)

<sup>7</sup> [www.persgroep.nl](http://www.persgroep.nl)

<sup>8</sup> [www.lecho.be](http://www.lecho.be)

<sup>9</sup> [www.mediafin.be](http://www.mediafin.be)

<sup>10</sup> [www.concentra.com](http://www.concentra.com)

зет ван Антверпен“ и „Хет Беланх ван Лимбурх“<sup>11</sup> („Het Belang van Limburg“).

От друга страна са медийните компании, които притежават вестници на френски език. Такава е „Росел“<sup>12</sup> („Rossel“), издател на в. „Льо Соар“, „Сюдпрес“<sup>13</sup> („Sud press“), която стои зад „Ла Мьоз“<sup>14</sup> („La Meuse“, „Мьоза“), „Ла Нувел Газет“<sup>15</sup> („La Nouvelle Gazette“, „Нов вестник“), „Ла Провенс“<sup>16</sup> („La Province“, „Привинция“), „Нор Еклер“<sup>17</sup> („Nord Eclair“) и „Ла Капитал“<sup>18</sup> („La Capitale“, „Капитал“), а също и „Ай Пи Ем“ („IPM“), собственик на „Ла Либр Белжик“. Зад „Медиабел“ („Mediabel“) пък, издател на 10 френскоезични белгийски регионални вестници, които излизат под общото заглавие „Вер Лавенир“<sup>19</sup> („Vers l’Avenir“), отново стои компанията „Корелио“.

Най-тиражен вестник в Белгия е фламандският „Хет Лаатсте Ниус“<sup>20</sup> („Het Laatste Nieuws“, „Последните новини“), който се издава в Брюксел и е с тираж над 292 хил. екземпляра. Основан е на 7 юни 1888 г. от Юлиус Хосте-старши. С вестника той иска да подкрепи фламандската Либерална партия на предстоящите избори. След смъртта му, неговият пост се заема от сина му Юлиус Хосте-младши, който модернизира вестника, като стил, включва повече регионални новини, специална спортна секция. По време на Втората световна война, вестникът подкрепя Великобритания, въпреки че Белгия е окупирана от нацистите. След неочакваната смърт на Хосте-младши през 1954 г., през 1955 г. мениджърът на вестника Алберт Маертенс създава фондация на името на изданието, с цел да гарантира либералната политическа линия в страната. В последствие вестникът привлича различни финсови инвеститори и става част от медийната компания „Де Персгруп Недерланд“.

Друго издание на компанията на белгийския вестникарски пазар е в. „Де Морхен“<sup>21</sup> („De Morgen“, „Утро“), който е създаден през 1978 г. след обединението на два социалистически вестника „Фоорьойт“ („Vooruit“,

---

<sup>11</sup> [www.hbvl.be](http://www.hbvl.be)

<sup>12</sup> [www.rossel.be](http://www.rossel.be)

<sup>13</sup> <http://pro.sudpresse.be>

<sup>14</sup> [www.lameuse.be](http://www.lameuse.be)

<sup>15</sup> [www.lanouvellegazette.be](http://www.lanouvellegazette.be)

<sup>16</sup> [www.laprovince.be](http://www.laprovince.be)

<sup>17</sup> [www.nordeclair.be](http://www.nordeclair.be)

<sup>18</sup> [www.lacapitale.be](http://www.lacapitale.be)

<sup>19</sup> [www.lavenir.net](http://www.lavenir.net)

<sup>20</sup> [www.hln.be](http://www.hln.be)

<sup>21</sup> [www.demorgen.be](http://www.demorgen.be)

„Напред“) и „Фолксгазет“ („**Volksgazet**“, „Вестник на хората“). „Фоорьойт“ е основан през 1884 г. от *Едвард Анселе*, непосредствено преди появата на Белгийската работническа партия през 1885 г. Тиражът му е около 53 хил. екз. Въпреки лявата си политическа ориентация, вестникът цели да се представя като независимо и прогресивно издание.

„**Де Тейд**“<sup>22</sup> („**De Tijd**“, „Времена“), с предишно название „Де Финансиел-Економисхе Тейд“ („**De Financieel-Economische Tijd**“, „Финансови и икономически времена“), е насочен предимно към икономически и бизнес новини. Освен висококачествени статии за финансовите пазари, борсите, икономическите предприятия, вестникът се опитва да привлече по-голяма аудитория, като разширява тематичния си обхват към културните, регионалните и скандалните новини, към анализите на международната политика. Това не оказва влияние върху тиража, като в последните години се наблюдава сериозен спад – от 70 хил. екз., до сегашните около 38 хил. екз. „Де Тейд“ също е собственост на „Де Пресгруп Недерланд“.

Сред популярните фламандскоезични белгийски всекидневници е качественият „**Де Стандаард**“<sup>23</sup> („**De Standaard**“, „Стандарт“). Това е католически консервативен вестник, чийто първи брой се появява през 1918 г. в Брюксел. За мото на вестника е избрано: „*Alles voor Vlaanderen, Vlaanderen voor Kristus*“ („Всичко за фламандците, фламандците за Христос“). Съкратеното лого (AVV-VVK) може да се види на титулната страница на вестника до 1999 г.

Когато започва Втората световна война издателят на вестника „**Де Стандаард Ен Ви**“ („**De Standaard N.V.**“) спира неговото издаване и започва публикуването на ново издание „**Хет Алхемеен Ниус**“ („**Het Algemeen Nieuws**“, „Общи новини“). След края на войната компанията е обвинена в сътрудничество с нацистите, поради което тя получава забрана да работи за период от две години. Тогава издаването на вестника преминава в нов собственик „**Де Хидс Ен Ви**“ („**De Gids N.V.**“), който издава както старите заглавия, така и започналият да излиза от 1944 г. „**Де Ниус Стандаард**“ („**De Nieuwe Standaard**“, „Нов Стандарт“). Когато забраната е вдигната през 1947 г. старият собственик си връща заглавията. Името на „**Де Ниус Стандаард**“ е променено на „**Де Ниу Хидс**“ („**De Nieuwe Gids**“, „Нов справочник“), както и започва отново да излиза вестник „**Де Стандаард**“.

През 60-те и 70-те години вестникът е известен най-вече с високото си качество и с независимите си международни новини. Но в средата

---

<sup>22</sup> [www.tijd.be](http://www.tijd.be)

<sup>23</sup> [www.standaard.be](http://www.standaard.be)



на 1976 г. медийната компания е почти пред банкрут. Няколко седмици по-късно е купен от „ФУМ“, а сега е собственост на „Корелио“.

Политически вестникът е ориентиран към Християндемократическата и фламандска партия, за разлика от основния си конкурент „Де Морхен“, който подкрепя фламандската Социалистическа партия-различни. Тиражът му е около 102 хил. екз.

„Хет Ниусблад“<sup>24</sup> („Het Nieuwsblad“, „Новинар“) е вторият по тираж вестник в Белгия, който покрива една четвърт от фламандския медиен пазар. Тиражът му е към 210 хил. екз.

„Хет Ниусблад“ започва да излиза през 1918 г. като регионално издание за гр. Гент на компанията „Де Стандаард Ен Ви“, по-късно принадлежи на компанията „ФУМ“, а сега е собственост на „Корелио“. През 1957 г. компанията купува още три вестника – „Хет Ниус ван де Дах“ („Het Nieuws van de Dag“, „Новините на деня“) и „Хет Фрей Фолксблад“ („Het Vrije Volksblad“, „Свободен народен вестник“), които спират да излизат през 1966 г. и „Хет Ханделсблад“ („Het Handelsblad“, „Търговски вестник“), чието издаване е прекратено през 1979 г. През 1959 г. компанията купува „Де Ландвахт“ („De Landwacht“), който също не излиза от 1978 г.

Като приложения на „Хет Ниусблад“ се публикуват детските притурки „Йомекескрант“ („Jommekeskrant“, „Списание за комикси“) и „Йо“ („Yo“), излизалият за кратко регионален за Антверпен вестник „Хет Станд“ („Het Stand“) и лайфстайл списанието „Катхи“ („Catchy“), което излиза от 2003 г. като съвместна инициатива на вестниците „Хет Ниусблад“ и „Хет Фолк“.

Сред регионалните за Гент вестници са и „Де Хентенаар“<sup>25</sup> („De Gentenaar“), който е създаден още през 1879 г. и „Хет Фолк“<sup>26</sup> („Het Volk“, „Хората“), който започва да излиза от 1891 г. като издание на християнските синдикати с логото „анти-социалистически всекидневник“, променено през 1912 г. на „християнски работнически всекидневник“. През 1925 г. „Хет Фолк“ става първият вестник в Белгия, който има малко неделно издание наречено „Хет Зондахсблад“ („Het Zondagsblad“, „Неделен вестник“), през 1945 г. пуска собствена спортна секция, а през 1952 г. купува регионалния за Брюксел вестник „Де Ниу Хидс“ („De Nieuwe Gids“, „Новинарски справочник“), който превръща в своя притурка. И двата вестника са сред водещите издания на „Корелио“.

---

<sup>24</sup> [www.nieuwsblad.be](http://www.nieuwsblad.be)

<sup>25</sup> [www.gentenaar.be](http://www.gentenaar.be)

<sup>26</sup> [www.hetvolk.be](http://www.hetvolk.be)



Вестник „Хазет ван Антверпен“<sup>27</sup> („**The Gazet van Antwerpen**“, „Вестникът на Антверпен“), известен също и като „Де Фръйт“ („De Frut“, „Плодът“), започва да излиза от 3 ноември 1891 г. с първи редактор Жан Бабтист Наполитан ван Ос. Малко по-късно вестникът е поет от медийната компания „Ен Ви Де Флейт“ („NV De Vlijt“), която бързо удвоява тиража до около 135 хил. екз., а сега е сред портфолиото на „Концентра“.

Най-популярният френскоезичен белгийски вестник е „**Льо Соар**“<sup>28</sup> („**Le Soir**“, „Вечерта“), основан през 1887 г. от Емил Росел. Тиражът му е над 137 хил. екз., доста над 53-те хил. екз. на другия водещ френскоезичен в. „**Ла Либр Белжик**“<sup>29</sup> („**La Libre Belgique**“, „Свободна Белгия“). Той е основан през 1915 г. от братята Луис и Виктор Журден, като е издаван нелегално в окупираната от германците по това време Белгия. Името на вестника е реплика към излизания по същото време колаборационистки вестник „Ла Белжик“ („La Belgique“, „Белгия“), но се явява и продължение на прокатолическата линия на публикувания от 1884 г. от братята Журден друг вестник „**Патриот**“ („**Patriot**“, „Патриот“). Няколко седмици преди края на военните действия братята Журдан умират и тяхното дело е продължено от двамата синове на Виктор – Жозеф и Пол Журдан. До 1999 г. вестникът е известен като прокатолически. Приеман е също като френскоезичния еквивалент на „Де Стандаард“.

Сред безплатните белгийски вестници могат да бъдат посочени белгийската версия на „**Метро**“ („**Metro**“, „Метро“), който тръгва през 2007 г. с тираж от 265 хил. екз. Медийната компания „Корелио“ пък стои зад безплатния в. „**Пас-Парту**“ („**Passe-Patrou**“), който започва да излиза през 1997 г. под друго име, с настоящето е от 2003 г.

## СЪВРЕМЕННИ СПИСАНИЯ

Сред списанията може да се спомене културното „**Сноекс**“<sup>30</sup> („**Snoecks**“), което излиза веднъж в годината през октомври в размер от 550 страници и представя нови международни открития в областта на изкуството, фотографията и литературата. За първи път се появява през 1920 г., но модерната форма, която набляга на фотографията приема през 70-те години.

---

<sup>27</sup> [www.gva.be](http://www.gva.be)

<sup>28</sup> [www.lesoir.be](http://www.lesoir.be)

<sup>29</sup> [www.lalibre.be](http://www.lalibre.be)

<sup>30</sup> [www.snoecks.be](http://www.snoecks.be)

„ХУМО“<sup>31</sup> („НУМО“) е модерно, независимо фламандскоезично списание, което публикува програмите на радиото и телевизията. Оригиналното заглавие е „Хуморадио“ („Humoradio“), смесица между думите за хумор и радио. За първи път се появява през 1936 г. като еквивалент на сп. „Льо Мустик“ („Le Moustique“, „Комар“). Сменя името си до настоящото през 1958 г., когато телевизията започва да печели голяма аудитория. Списанието организира Humo's Rock Rally – важно белгийско състезание за млади рок групи.

## РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЯ

Белгия има най-голямо кабелно разпространение в света – почти 94% от домакинствата имат кабелна телевизия. В началото кабелните доставчици просто разпространяват националните програми, по-късно започват да предават и програмите на чуждестранни телевизии.

Аудиовизуалният пазар е много разнообразен, най-вече поради езиковото разнообразие в страната излъчват и много медии на съседните държави.

Началото на радиоразпръскването е поставено през 1923 г., когато е открита частната любителска радиостанция Радио Брюксел, а година след това тя вече се нарича Радио Белжик. Програмата ѝ е доста разнообразна – новини, токшоу програми, спортни емисии, концертни изпълнения, както и своеобразният „говорещ вестник“, който стартира през 1926 г. В първите години се появяват и други частни любителски радиостанции с предимно развлекателна програма (във Валония) или с политическо ориентирано съдържание (във Фландрия). През 1930 г. дейността им е контролирана от Белгийския национален радиоинститут (INR, Institut national de radiodiffusion), който през 1937 г. се разделя на две направления според езиковите разлики на двете белгийски общности. Финансирането на радиопрограмите е основно от такси, заплащани от радиослушателите, които през 30-те години стремително нарастват<sup>32</sup>. Дейността им е прекратена след германската окупация по време на Втората световна война, когато нацистите поемат управлението и променят името отново на Радио Брюксел. Оригиналният собственик И Ен Ре (INR) се премества в студията на Би Би Си (BBC) в Лондон, от където подпомага с емисиите си атаките на белгийската съпротива.

---

<sup>31</sup> [www.humo.be](http://www.humo.be)

<sup>32</sup> Според различни изследвания се движат между 76 хил. през 1930 г. и 1 млн. и 150 хил. слушатели през 1939 г. – б.м.

Телевизионното разпръскване стартира през 1950 г., но силната федерализация на Белгия налага създаването на няколко обществени оператора.

Фламандският обществен оператор **Фи Ер Те**<sup>33</sup> (**VRT – Vlaamse Radio – en Televisieomroep**) се развива в периода между 1960-1991 г., първоначално под името Бе Ер Те (BRT, Belgische Radio – en Televisieomroep), а между 1991 г. и 1998 г. като Бе Ер Те Ен (BRTN, Belgische Radio – en Televisieomroep Nederlandstalige Uitzendingen). Ползва се с голяма популярност сред фламандскоезичната общност. Има няколко ефирни и дигитални радиоканала: **Радио 1**<sup>34</sup> (**Radio 1**), който е специализиран в информационни и културни програми, **Радио 2**<sup>35</sup> (**Radio 2**), съдържащ популярни предавания и музика и **Клара**<sup>36</sup> (**Klara**) за класическа музика, както и два телевизионни канала – на първия **Фи Ер Те Ти Ви 1** (**VRT TV 1**) се излъчва програмата **Ън**<sup>37</sup> (**één**, Едно), а на втория **Фи Ер Те 2** (**VRT2**) се съвместяват програмите на детския канал **Кетнет**<sup>38</sup> (**Ketnet**), общотематичния **Канвас**<sup>39</sup> (**Canvas**) и спортния **Спорза**<sup>40</sup> (**Sporza**).

Общественият радио-телевизионен оператор на френскоезичната част на Белгия **Ре Те Бе Еф**<sup>41</sup> (**RTBF, Radio télévision belge de la communauté française**, Белгийски радио и телевизионен оператор за френската общност) има няколко радиоканала: **Ла Премиер**<sup>42</sup> (**La Première**, Премиера), **Ре Те Бе Еф Ентернационал**<sup>43</sup> (**RTBF International**), **Вива Ситэ**<sup>44</sup> (**VivaCité**), **Мюзик 3**<sup>45</sup> (**Musiq3**), **Класик 21**<sup>46</sup> (**Classic21**) и **Пюр ЕфЕм**<sup>47</sup> (**PureFM**) и три телевизионни канал „**Ла Юн**<sup>48</sup> (**La Une**,

---

<sup>33</sup> [www.vrt.be](http://www.vrt.be)

<sup>34</sup> [www.radio1.be](http://www.radio1.be)

<sup>35</sup> [www.radio2.be](http://www.radio2.be)

<sup>36</sup> [www.klara.be](http://www.klara.be)

<sup>37</sup> [www.een.be](http://www.een.be)

<sup>38</sup> [www.ketnet.be](http://www.ketnet.be)

<sup>39</sup> [www.canvas.be](http://www.canvas.be)

<sup>40</sup> [www.sporza.be](http://www.sporza.be)

<sup>41</sup> [www.rtbf.be](http://www.rtbf.be)

<sup>42</sup> [www.lapremiere.be](http://www.lapremiere.be)

<sup>43</sup> [www.rtbfi.be](http://www.rtbfi.be)

<sup>44</sup> [www.vivacite.be](http://www.vivacite.be)

<sup>45</sup> [www.musiq3.be](http://www.musiq3.be)

<sup>46</sup> [www.classic21.be](http://www.classic21.be)

<sup>47</sup> [www.purefm.be](http://www.purefm.be)

<sup>48</sup> [www.la1.be](http://www.la1.be)

Първи), **Ла Дьо**<sup>49</sup> (**La Deux**, Втори) и **Ре Те Бе Еф Сат**<sup>50</sup> (**RTBF Sat**, Сателитен канал).

**Белгишер Рундфунк**<sup>51</sup> (**Belgischer Rundfunk, BRF**) е общественият оператор на немскоезичното население в Белгия. Има три радиоканала: **Бе Ре Еф 1**<sup>52</sup> (**BRF1**), който **излъчва основно популярна музика, но и класически произведения, Бе Ре Еф 2** (**BRF2**)<sup>53</sup>, който съдържа популярна музика, шлагери и фолкмузика и **Бе Ре Еф-Ди Ел Еф**<sup>54</sup> (**BRF-DLF**), както и един телевизионен канал **Бе Ре Еф-Ти Ви**<sup>55</sup> (**BRF-TV**), който обаче няма значима собствена продукция – някои местни новини и документални филми, а основно препредава програми от няколко чуждестранни канала (главно немски).

**На белгийска територия се разпространява сигналът и на холандския** обществен телевизионен канал, предназначен за холандските и фламандските зрители от целия свят, част от Нидерландския обществен оператор. Създаден е през 1996 г. под името **Зомер-Ти Ви** (**Zomer-TV**, Лято-ТВ), а сега излъчва под наименованието **Бе Фе Ен**<sup>56</sup> (**BVN** или **BVN-TV** – „Het Beste van Vlaanderen en Nederland“, „Най-доброто от Нидерландия и Фландрия“ или „Het Beeld van Vlaanderen en Nederland“, „Образът на Нидерландия и Фландрия“). Съдържа изцяло холандска програма.

Сред комерсиалните радиостанции трябва да бъдат отбелязани музикалните **Студио Брюксел**<sup>57</sup> (**Studio Brussel, StuBru**), който започва емисии през 1983 г. като регионална радиостанция за района на Брюксел, но постепенно разширява обхвата си върху цяла Фландрия и **Радио Дона**<sup>58</sup> (**Radio Donna**) и **Дона ХитБитс** (**Donna HitBits**), които ориентират програмите си предимно към младежката аудитория, новинарският **Ниус+** (**Nieuws+**) и посветеният на класическата музика **Клара континуо** (**Klara continuo**).

Поради езиковата близост сред комерсиалните телевизионни канали популярност имат и някои холандски и френски телевизионни

---

<sup>49</sup> [www.ladeux.be](http://www.ladeux.be)

<sup>50</sup> [www.rtbfstat.be](http://www.rtbfstat.be)

<sup>51</sup> [www.brf.be](http://www.brf.be)

<sup>52</sup> [www.brf.be/brf1](http://www.brf.be/brf1)

<sup>53</sup> [www.brf.be/brf2](http://www.brf.be/brf2)

<sup>54</sup> [www.brf.be/brfdlf](http://www.brf.be/brfdlf)

<sup>55</sup> [www.brf.be/brftv](http://www.brf.be/brftv)

<sup>56</sup> [www.bvn.nl](http://www.bvn.nl)

<sup>57</sup> [www.stubru.be](http://www.stubru.be)

<sup>58</sup> [www.donna.be](http://www.donna.be)

програми. На конкуренцията на френския канал **Те Еф 1** (TF1) успешно се противопоставят белгийските телевизии **Ер Те Ел-Ти Ви**<sup>59</sup> (RTL-TVi) и **Клуб – Ер Те Ел**<sup>60</sup> (Club-RTL). И двата канала са собственост на компанията „Си Ел Ти“ („CLT“) – съвместно предприятие на германската компания „Ер Те Ел“ („RTL“) и белгийската „Аудиопресе“ („Audiopresse“).

Във Фландрия с най-голям рейтинг е комерсиалният канал **Фе Те Ем**<sup>61</sup> (VTM, Vlaamse Televisie Maatschappij), който се разпространява чрез кабел и сателит. Започва дейност през 1989 г. и е собственост на медийната компания „Фе Ем Ема“ („VMMa“, „Vlaamse Media Maatschappij“), която притежава още два телевизионни канала **Канал Твее**<sup>62</sup> (KanaalTwee) и **Дж Ай Ем**<sup>63</sup> (JIM). Близка до тях е радиостанцията **Кю-Мюзик**<sup>64</sup> (Q-Music).

Гледана е и телевизия **Фе Те 4**<sup>65</sup> (VT4), собственост на американо-шведската компания „Ес Би Ес“ („SBS Broadcasting Group“). Започва да излъчва през 1995 г. като в началото няма лицензия за Белгия и сигналът ѝ е разпространяван от Лондон. Приема се основно чрез кабел. Ориентирана е към младежка аудитория.

Езиковото и продуктовото разнообразие на белгийския радиотелевизионен пазар не променя тематичната им насоченост. Всеки от каналите има ясно сегментирана по езиков и социално-демографски признак аудитория, но като съдържание – програмите им се стремят да отговорят на нормите за социално ориентирана програма (с представяне на плурализъм, политически, икономически и социални теми, анализирани на културни и обществени процеси) или пазарно ориентирана програма (с явна комерсиализация, акцентирани върху филми и сериали, шоу и риалити програми).

## ИНФОРМАЦИОННА АГЕНЦИЯ

Сред информационните източници на белгийския медиен пазар е и информационната агенция „Белга“<sup>66</sup> („Belga“). Основана е през 1920 г. от Пиер-Мари Оливьер и Морис Траваилюр под името „Агенс телегра-

---

<sup>59</sup> [www.rtl.be](http://www.rtl.be)

<sup>60</sup> [www.clubrtl.be](http://www.clubrtl.be)

<sup>61</sup> [www.vtm.be](http://www.vtm.be)

<sup>62</sup> [www.kanaaltwee.be](http://www.kanaaltwee.be)

<sup>63</sup> <http://jim.be>

<sup>64</sup> [www.q-music.be](http://www.q-music.be)

<sup>65</sup> [www.vt4.be](http://www.vt4.be)

<sup>66</sup> [www.belga.be](http://www.belga.be)

фик белджи де пресе“ („Agence télégraphique belge de presse“). Сега е сред водещите компании, които предлагат новини и информации на френски и фламандски език.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Белгийските медии са пример за значението на социално – културното самоопределяне върху отделния човек и обществото като цяло. Тяхното многоезичие създава най-добрите възможности за комуникационно взаимодействие и информационно познание на езиковите общности, за превеждане на многообразието на действителността в познати и подходящи словесни и културни образци. Подобно и на други европейски държави (като Швейцария и Финландия), в които достъпът до медийното съдържание е регламентиран от съответния етнически показател, белгийските медии активно и целенасочено изпълняват своята важна социална роля – да обединяват социално и езиково нееднородното общество в рамките на обща федеративно устроена, модерна европейска държава, чиято столица – Брюксел, често е наричана „сърцето на Европа“, поради голямото международно значение, което имат разположените там общоевропейски институции – един пример за европейска толерантност и солидарност, който трябва да намери своето разпространение и в пределите на белгийската социална система.

## ЛИТЕРАТУРА

- Арблостър, П. История на страните от Бенилюкс, С., 2007, Рива.  
Бич, М.-Т. История на Белгия от античността до наши дни, С., 2008, Рива.  
Гачев, Е. Белгия – страна с две лица – География, 3/2008.  
Гачев, Е. Брюксел – космополитният град – География, 3/2008.  
Дейвис, Н. Европа. История, 2005, Абагар Велико Търново.  
Енциклопедия Larousse. Тема Медии, С., 2005, Icon.  
Западна Европа, Ч.3: Белгия, Великобритания, Монако, С., 1999, Гамма.  
История печати, Том II, М., 2001, Аспект Прес.  
Kelly, M., G. Mazzoleni, D. McQuail. The Media in Europe. London, 2004, SAGE.  
Cook, B. A. Belgium. A History, 2002, Peter Lang Publishing, Inc.  
Wingfield, G. Belgium, 2008, Infobase Publishing.  
Willams, K. European media studies, 2005, Hodder Arnold.

## 2: ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

*Милко Петров*

Историята обича изненадите. Може би, защото иска да запази някакъв шанс за „последните“, които, според успокоителното внушение на библията, могат „да станат първи“, ако упорито доказват чудото на оцеляването и съществуването на човешкия вид чрез всекидневното усилие за оцеляване, приспособяване и развитие. Преди настъпването на индустриалната революция огромният феодален Китай със 120 милиона население като „поднебесна империя на световното спокойствие“, е произвеждал, по съвременни анализи, почти половината от световния промишлен продукт. През 1600 г. преди началото на индустриалната революция Франция е 16 милиона, Италия – 13 милиона, Испания и Португалия – 10 милиона, немскоговорещите държави – 20 милиона, Северна Америка – едва 1 милион. Малкият остров Англия е с 5 милиона население, и е далеч назад след по-многолюдните и обширни Франция, Испания, дори Италия и Русия. Около 80% от населението на страната живее в селата и единственият голям град Лондон отстъпва на стопанското благополучие на Антверпен, на политическото могъщество на Мадрид, на интелектуалния и културен блясък на Париж, на многолюдието на Истанбул с етнокултурното му разнообразие и оживени комуникации. Но именно Англия за два века и половина ще се превърне в световна империя, над която „слънцето никога не залязва“, владееща Индия, Пакистан, Източна Африка, Австралия, Южна Африка, Канада, с индустрия, чиито експорт ще е четири по-голям от този на САЩ през 80-те години на XIX век, с доминиращ арбитраж в световната политика. Как стана така? Защо?

Страната има своите добре използвани шансове. Удобно географско разположение на важните търговски пътища в Атлантика, добре обучен флот, малка армия, радикални промени в характера на поземлената собственост, активна външна търговия с Европа, но и с целия познат тогава свят, радикално освобождаване от феодално-църковните ограничения, налагани от влиятелните католически центрове на влияние – Римския папа и мадридския двор.

Трудната и продължителна битка с католическа Испания за водеща роля в Европа и за преразпределение на колониите, символно увен-



чана с морския разгрома на Великата испанска армада край бреговете на Англия по времето на храбрата кралица Елизабет, стимулира търговията, занаятите, икономическото и технологичното развитие. А всички те имат нужда от познание за околния свят, за измененията в стопанската, политическата и военната конюнктура, за новостите в науката, медицината, техниката.

Информационното предимство отрано се осъзнава в Англия като търговска и държавна необходимост. Предприемчивият дух на британците, техният стремеж към експанзия и овладяване на нови териториални и духовни пространства им подсказва, че трябва да се ориентират към новото средство за съхраняване, тиражиране и бързо разпространение на познанието. Това е откритието от Йохан (Йоханес) Гутенберг на печатарската преса с подвижни елементи през 1440 г. Малко след това Уилям Какстън внася през 1477 г. първата печатница и тя е монтирана в Уестминстър. Целта на Уилям Какстън, преводач, предприемач, търговец и ценител на хубавите новоотпечатани книги (наричани инкунабули – от лат., б.а.), е да запознае своите сънародници с централно-европейските постижения в областта на техниката и културата. С подкрепата на кралската власт в Англия започва епизодичното отпечатване на кратки доклади (релации) за станали важни политически и военни събития, на съобщения и описания за актуални случки, поразили общественото въображение. Всички те са в европейската традиция на корантосите, нюзлетърс, нувелс, месрелациите, нотицие скрипте и газетите, на тези хвърчащи листове с новини, които излизат по актуален повод, без ясно фиксирана периодичност и без откроен тематичен профил.

Тази дейност се разраства след като през 1480 г. е организирана и първата печатница в Лондон. Споделен е общеевропейският устрем към познание чрез използването на новооткритото средство за комуникация и интелектуално общуване в обществото, каквото е книгопечатането. В листовите с новини започват да намират място съобщения за събития, хора и обществени настроения, които тревожат властта и настройват срещу установения порядък. Затова и кралската власт предприема ответни мерки. Първата е забраната за разпространение на периодиката. През 1586г. се разрешава отпечатването на книги, брошури, листове с новини само в утвърдените в страната университетски центрове – Лондон, Оксфорд и Кеймбридж.

Втората мярка за предотвратяване на бунтовните нагласи е създаването на съсловната „Стейшънърс къмпани“ („The Stationers“



Company“), която обединява печатари, издатели и автори и привидно е призвана да защитава техните права пред кралската власт. Замисълът на кралица Мери и на лукавите ѝ съветници е да наложи солидарна корпоративна отговорност и за всяка проява на свободомислие и бунтарски дух да отговаря финансово цялата гилдия. Така властта принуждава да се самоцензурират издаваните творби в гилдията поради разбираемия страх от общи санкции срещу печатарството като занаят. Този пръв коварен опит да се наложи инстинкта за самоцензуриране в дейността на автори, печатари и издатели очевидно ще се стори недостатъчен на династията на Стюартите и те ще създадат специализирана цензурна институция, наречена „Звездна камера“ („Стар чеймбър“, „Star Chamber“), която се помещава в двореца на Уестминстър.

Този своеобразен съд съчетава в себе си превантивната, последващата цензура и има право да налага различни по тежест присъди. Едно от първите му предписания е изричната забрана да се съобщават новини от страната, за да не подтикват народа към бунт, като се разрешават само безобидни новини от чужбина. Тази особено драстична разпореда ще се отрази върху спецификата на новопоявилите се английски вестници. Но потокът от нюзбук (книга с новини), памфлети, балади, корантос, диурналии, газети, меркуриуси започват да заливат Англия. Те носят името на Меркурий – древногръцкия бог на търговията, бързината на доставката, лъжата и може би на ранната преджурналистика. С тази развиваща се доходоносна дейност понякога се занимават самите печатари и дори техните жени – историята е съхранила имената на 300 предприемчиви съпруги, продължаващи отпечатването и издаването дори когато благоверните им са възпрепятствани или пратени в затвора заради своето непослушание. Продавани на тържищата, по панаирите, по време на религиозни процесии и театрални представления на открито, при публични екзекуции и обществени събития, тези пускани по определен повод хартиени, лошо съшити брошурки съдържат новини с различна актуалност, забавни истории и дори опити в мерена реч за баладично пресъздаване на хероични събития като победата над католическа Испания или разкриването на поредния антиправителствен заговор, приключил с обезглавяването на някой самозабравил се лорд на централния лондонски площад. Тази участ не отминава даже прононсираните любимци на кралиците Елизабет и Мери Стюарт.

Но показателно като навременна реакция на започващата да се създава сфера на буржоазната публичност и като противовес на феодалното благородничество, което залага на произхода и притежанието

на земя, това движение към информацията и знанието като цяло все още е твърде спорадично, възникващо по повод и без ясно открояена периодичност, информационна приемственост и регулярност. А и кралската власт, осъзнала потенциалната опасност от редовно разпространяваните съобщения, които могат бързо да консолидират размирни групи във вече оформилите се големи градове, сред които метрополията безспорно доминира, засилва рестрикциите. Преследва се не само отпечатването на новини за Англия, но и издаваните в Холандия и Германия корантоси, които са търсени от образованата английска публика, независимо че не са преведени.

Излизаният в Кьолн на латински език „**Меркуриус галобелгикус**“ („**Mercurius Gallobelgicus**“) се разпространява в Англия от 1594 г. до 1635 г. и се радва на голяма популярност. Особено се засилва интересът към събитията в Европа по време на Реформацията и утвърждаването на протестантизма в германските земи, при разгръщането на Селската война в Германия и най-вече по време на Тридесетгодишната война – 1618-1648 година, когато на континента се разгаря битката между протестантизма, на когото англиканската самостоятелна църква открито симпатизира и католическите сили. Но нуждата от редовна политическа, военна и търговска информация е последвана и от необходимостта да се обясняват и прогнозираат ставащите кардинални промени на европейския континент.

## ПЪРВИ ИЗДАНИЯ

Първият датиран английски вестник, който скъсва с традицията да отразява събитията спорадично, с неустановена периодичност е изданието на 23 май 1622 г. от печатарите Никлътс Бърн и Томас Арчър нюзбук в няколкостотин екземпляра, останал в историята под името „**Уикли Нюз**“ („**Weekly News**“, „Седмични новини“). Пълното наименование на изданието също е показателно за наложените ограничения от кралската власт чрез инструкциите на репресивната ѝ институция „Звездната камара“. То е „**Уикли нюз фрoм Итали, Джърмъни, Хънгъри, Бохемия, дъ Палатинейт, Франс енд дъ лоу кънтрис**“ („**Weekly News from Italy, Germanie, Hungary, Bohemia, the Palatinate, France, and the Low Countries**“, „Седмични новини от Италия, Германия, Унгария, Бохемия, Рейн, Франция и ниските земи“) – (Sic! – б. м.). На първата страница на това издание, което все още е оформено според традицията на нюзбук, изрично е посочено, че е превод от холандски екземпляр и че

е предназначено да се продава на пазарни места и в магазините на двамата издатели. Макар да демонстрира приемственост това издание не гарантира регулярност на подаваната информация, потребност, която вече е осъзната от читателската публика.

Един от първите, които осъзнават новия шанс, е освободилият се от ограничителния режим на съсловната гилдия „Стейшънърс къмпани“ печатар Натаниъл Бътър. Той вече има епизодични опити в производството на нюзбук – през 1605 г. е издал разказ за две скорошни убийства в Йоркшир, а през 1611 г. и единичен брой **„Нюз фром Спейн“** („**News from Spain**“, „Новини от Испания“). Той предизвиква Бърн и Арчър като издава амбициозното издание **„Нюз фром Моуст Партс ъв Кръсчъндом“** („**News form Most Parts of Christendom**“, „Новини от повечето части на християнския свят“) и по-късно влиза в съдружие с Никлъс Бърн и започват заедно да издават редовно нюзбукс като продължават перспективното начинание.

Томас Арчър, от своя страна, продължава самостоятелно като печатар и в 1625 г. стартира първия нюзбук с модерното за времето си наименование **„Меркуриус Британикус“** („**Mercurius Britannicus**“, „Британски Меркурий“) – (Sic! – б.м.). Тази реплика към популярното в Англия и цяла Европа къолнско издание „Меркуриус Галобелгикус“ ще се окаже знаменателна за първите петдесет години на зараждащата се английска журналистика, особено по времето на Революцията, Гражданската война и републиканското управление на Оливър Кромуел. Изчезват предишните названия като Корантос, Диурналс, Газета, Окърънсис, Акаунтс, Просийдингс, Интелидженсърс и др., а образът на летящия и усмихнат бог Меркурий вече украсява титулната страница на редица издания през този период.

Предприемчивият Натаниъл Бътър е забележителна фигура на ранната английска журналистика. Неслучайно известният комедиограф Бен Джонсън го осмива в пиесата си „Конюшната на новините“, отпечатана в 1631 г., като прави алюзии с името му и с неговия услужлив подход да задоволява непретенциозните вкусове на простолюдието и провинциалната публика. Н. Бътър основателно отчита политическия интерес и на образованата английска публика към случващото се по бойните полета на Европа през Тридесетгодишната война. Той започва да издава два пъти годишно **„Джърмън Интелидженсър“** („**German Intelligencer**“, „Германски Осведомител“), за да отразява чрез събраните най-важни новини сраженията в Германия между католическите армии

и протестантските отряди, на които английското общество и църква като цяло симпатизират.

Съдържанието на тези първи книги с новини е откривена смесица от телеграфно съобщавани факти, явни пристрастия и неприкрит стремеж към свръхсензационно поднасяне на шокиращи случки и събития с оглед на бързото въздействие върху рецепцията на аудиторията, привикнала още от елизабетинските времена към драматичната и опияняващо вулгарната смесица на зрелище, мелодрама и величие, поднасяно в историческите драми и комедиите на Уилям Шекспир и Кристофър Марлоу, в по-ранните, но не по-малко пикантни и жизнени строфи на Джефри Чосър и с безпощадните каламбури на вече споменатия Бен Джонсън.

Директно преведени от европейските първоизточници или шаржирано преразказани така че да бъде спазена забраната да не се говори за вътрешнополитически дела, но и да се задържа вниманието на любознателната публика, издателите на първите издания са в много неудобна позиция. Те получават санкция не само от английската монархия, а и от други недоволни владетели. Например, недоволен от сумарното впечатление, което английските издания създават за политиката на неговия господар, испанският посланик в Лондон протестира срещу публикациите в нюзбукс и през 1632 г. „Звездната камара“ заповядва да бъде прекратено отпечатването им. Шест години по-късно на Натаниъл Бътър и Никлс Бърн все пак е разрешено да подновят дейността си, като крал Чарлз I им дава монополното право да печатат новини в продължение на 21 години срещу заплащането на 10 паунда годишно за ремонта на катедралата „Сейнт Пол“ в столицата, но както преди издателите се въздържат да предават новини даже от чужбина. Въпреки въведения през 1638 г. лицензионен режим за пресата сянката на репресията продължава да тегне, а след конфликти с цензурата Н. Бътър едва успява да отпечатва нередовно своите издания.

Принуден да търси субсидия за непопулярна война в Шотландия крал Чарлз I Стюарт свиква през 1640 г. Парламента, където възнамерява да поиска финансова подкрепа от комерсиалната класа, вече усещаща своята сила, оказвала преди това изключителна подкрепа за експанзията на английското кралство в края на 16 и началото на 17 век. Буржоазията, чрез своите представители в Парламента, представляващи различни крила на искащите реформи търговци, манифактуристи, дребни земевладелци и религиозни дисиденти, се противопоставя на кралския абсолютизъм и изисква реформа в общественото устройство.

Сблъсъкът между кралските представи за абсолютна, от бога произтичаща власт и исканията за ограничаване чрез парламентарни процедури на кралските пълномощия, ще бъде в основата на конфликта между кралския двор и парламента. Той ще премине през различни фази на тиха и открита гражданска война с всичките ѝ перипетии, като се стига до осъждането и екзекутирането на краля заради държавна измяна през 1649 г. Установява се републиканска форма на управление под ръководството на водача на индепендентите – строгия пуританин и блестящ военен стратег Оливър Кромвел. По-късно той става лорд-протектор (защитник) на английската република. Тя просъществува само 2 години след смъртта му, защото е дискредитирана от слабостта и продажността на неговите наследници и последователи.

Една от първите мерки срещу произвола на кралската власт и нейните адепти, е премахването през 1641 г. на „Звездната камара“ и разрешаването, макар и за кратко, на пълна свобода на печата. Вече е позволено публикуването на новини от страната и това дава силен тласък на политическите дебати в страната.

Формират се свободно първите политически обединения, които ще напомнят за създаването на бъдещите политически партии. Всяка подобна група се нуждае от регулярна информация, за да се ориентира в бързо изменящата се обстановка, но и от влиятелна трибуна, чрез която да разпространява своите възгледи. На преден план излизат нови лица, макар печатари и издатели като Натаниъл Бътър да участват в първите издания и да предават своите умения на следващите ги издатели и печатари. Той подпомага издаването на първите броеве на изданието **„Пърфект Диурнал във дъ Пасажис ин Парламент“** („**Perfect Diurnall of the Passages in Parliament**“, „Точен всекидневник от кулоарите на парламента“), стартирало през 1641 г. като опит да бъдат пресъздадени дебатите в Парламента и тяхното седмично осмисляне.

По-късно Н. Бътър се оттегля и изданието продължава да излиза под редакторството на Самюел Пек, който издава диурналии и нюзбукс чак до 1655г. и като всички първопроходци на английския журнализъм от този период и той попада неколkokратно в затвора. Но неговите издания започват да отпечатват, освен традиционните визуални символи и инициални букви и гравюри, пресъздаващи обстановката в парламента по времето на ожесточените дебати между различните групировки.

Използват се и отправки към съдържанието, изведени на първа страница, разгърнати заглавия, описващи с драматичен тон епизоди от Гражданската война, перипетиите на сраженията, лъкатушещата поли-

тика на кралския двор и на подкрепящите го благородници, организират се около Кромуел и генерал Феърфакс сили на защитниците на парламента. Ожесточението на парламентарните и кръвопролитните сражения се пренася и по страниците на изданията.

Политическата активност на широки социални кръгове рязко нараства. Свикват се демонстрации в подкрепа на популярни противници на кралската власт. Според един несимпатизиращ на промените съвременник през този период „има някакъв вид дисциплина в безпорядъка, метежите се готвят по заповед, по дадена парола“. Силно нараства обемът на политическата информация. Между 1640 и 1663 година книжарят Томасън събира близо 15 000 памфлета<sup>67</sup> и над 7 000 вестника и нюзбукс, включително речи в Камарата на общините<sup>68</sup>, проповеди, брошури и трактати, които осъждат или подкрепят социалните промени. Показателни са заглавията – „Радостни вести от Шросбъри“ или „Ужасни вести от Хъл“. Трудно е да се изброят политическите песни и пророчествата, но те очевидно са били доминиращи комуникативни послания на всички оживени места в столицата и в по-големите градове, защото само от 1641 г. са оцелели над 150 гравюри с остро политическо съдържание. Радикалните групи на левелерите<sup>69</sup>, които по-късно ще се конституират в първата модерна политическа формация в Европа, проповядват, че „законите трябва да бъдат еднакви“ и че народът, като се имат предвид занаятчиите и йомените<sup>70</sup>, трябва да избира парламенти, защото „цялата власт произтича и принадлежи на народните маси“. Създава се убеждението, че през средата на 17 век англичаните са политически най-активното и осъзнато общество в Европа.

Постепенно определението „меркуриус“ измества останалите названия, но в предпочитанията към едно или друго допълващо определение съвременниците са разчитали политическата ориентация на изданията. Тези, които са се определяли като „**Меркуриус Цивикус**“ („**Mercurius Civicus**“) или „**Меркуриус Прагматикус**“ („**Mercurius Pragmaticus**“) са подкрепяли каузата на краля, а издателите на меркурии с допълнението – „британикус“ и „политикус“ („**Mercurius Britannicus**“, „**Mercurius Politikus**“) са подкрепяли в различна степен партията на пу-

---

<sup>67</sup> Според тогавашното английско разбиране това е всяка брошура до 30-тина страници, невинаги изпълнена със саркастично и остро политическо съдържание. – б.м.

<sup>68</sup> Долната камара на британския парламент. – б.м.

<sup>69</sup> От английски език „Levellers“ – „изравнители“ – б.м.

<sup>70</sup> Замогнали се селяни със собствена земя – б.м.



ританите, които след 1642 г. започват кървави схватки с привържениците на кралския абсолютизъм.

По време на дебатите в парламента и в публичното пространство за първи път е формулирана идеята за свободата на печата. Тя е в основата на либералната теория за ролята на печата в модерното общество. Неин първи и най-ярък изразител е поетът, философът и издател Джон Милтън. През 1644 г. той издава брошурата си „Аеропагитика“ („*Aeropagitica*“, „Възхвала на аеропага“). Основната идея на Милтън е, че печатът трябва да играе ролята на върховна инстанция, раздаваща присъда за обществените дела, която едновременно информира и изразява общественото мнение.

Джон Милтън разглежда свободата на печата като свобода от феодалния и кралския произвол. Свободният печат, според него, ще позволи на любовта към Бога и на „свободният дух на познанието“ да процъфтяват. Цензурата на печата не е уместна и поради това, че потъпква правото на индивидите да мислят свободно, да проявяват благоразумие и да изберат възможността да живеят като християни. „Господ е дарил хората с разум, а следователно – и със способност да избират между доброто и злото, според собствената си съвест. Бог ни разкрива своята вяра в нас като ни насочва да четем всяка книга, която пожелаем и да я оценяваме за самите себе си“.

Тази мисъл на Милтън продължава неговата просветителско–религиозна нагласа, най-ярко изразена в известната му поема „Изгубеният рай“. А названието на брошурата си Джон Милтън взема от името на върховния съд в елинските градове-държави, в които са участвали всички свободни граждани, решаващи отнесените до тях казуси от оцетените граждани от традиционното правосъдие чрез пряко гласуване. Аеропагът, подобно на Народното събрание на Атина, е бил израз на пряката, а не на възникналата по-късно, представителна демокрация. Сега подобна пряка демокрация съществува само в Исландия и в някои кантони на Швейцария. Джон Милтън по-късно ще стане държавен секретар при републиканското управление на Оливър Кромуел и в свои текстове ще защитава правото на народа да прибегва до революционни мерки срещу репресивната власт. Но иронията на историята е безпощадна – първи формулирал принципа за свободата на печата, Джон Милтън ще стане и първия цензор в английската република – в един от двата официално разрешени вестника при управлението на Кромуел.

По време на английската революция и кървавите перипетии на гражданската война е създаден през 1647 г. вестник „Модърит“ („*The*

**Moderate**“, „Умерен“) – орган на политическото обединение на левелери. Те са представители на радикално движение, което поддържа идеята за установяване на равенство между хората и за унищожаване на различията между тях. Левелерите са противници на монархията и аристокрацията, прокламират създаването на Републиката и настояват да се предоставят на населението широки политически права и свободи. Тяхното влияние е изключително силно в новосъздадената революционна армия, където идеите на агитатори и памфлетисти като Джон Лилбърн, Уилям Уолвин, Ричард Оувъртън, Джон Уайлдмън, Томас Принс, Самюъл Чидли се изразява в политически прокламации, петиции и памфлети, които са подкрепяни не само от столичани, но и от събрания в Нюкасъл, Йорк, Хъл, Бристол, Корнуел. Политическата им агитация е насочена срещу двуличната политика на краля, който привидно признава прерогативите на парламента, но тайно преговаря с умерени презветирианци, роялисти и католици от страната и чужбина за военна и финансова подкрепа, за да върне абсолютното си господство, срещу компромисната политика на умерените членове на парламента и накрая дори срещу доскоро подкрепения от тях водач на индепендентите Кромуел, с когото заедно са се сражавали срещу благородническата армия на кавалерите. Още по-радикално течение сред левелерите са групиранията около Джерърд Уайнстънли така наречени „дигъри“<sup>71</sup>, които ще започнат мирно да обработват пустеещи общински земи и според по-състоятелните им съседи – дребни земевладелци може да заплашат и техните имуществени права. Социалисти-утописти, проповядващи ненасилие и религиозно смирение в духа на пуританската традиция и ценностите на индепендентизма, те обаче няма да бъдат пожалени от военното ръководство на армията и Кромуел ще изпрати един батальон да ги разгони.

Мнозина изследователи смятат, че по своята организираност, централизирана структура и регионални комитети, както и заради способността им да мобилизират бързо големи маси от хора, левелерите са предтеча на първите политически партии в модерното общество. А техният вестник „Модърит“ е първият партиен печатен орган в света. Съдбата му показва, че който контролира партийния орган може ефективно да контролира и политическата организация. Най-вече чрез централизираната структура и създадените кореспондентски комитети по места.

Вестникът се оказва и добро средство за изграждане и консолидация на подръжниците около определени каузи, както и ефективно сред-

---

<sup>71</sup> От английски език „Diggers“ – „копачи“. – б.м.



ство във фракционните борби в политическата организация. Водачът на левелерите е известният памфлетист на 17 в. Джон Лилбърн. Той е противник на кралската власт, като журналист и депутат активно поддържа идването на Кромуел на власт и премахването на монархията. Но той е по-радикален от Кромуел, влиза в конфликт с него и е пратен в затвора. По време на своето отсъствие Лилбърн възлага ръководството на вестника и на партията на свой приятел и съратник. А след няколко-месечния престой в затвора, Джон Лилбърн излиза, помилван от властта на Кромуел, за да разбере, че е ограбен. Чрез влиянието на вестника доскорошният предан съратник успява да придобие контрол и върху цялата партия. В своя памфлет „Новите вериги на Англия“ Джон Лилбърн критикува военната диктатура на Кромуел и изгражда образа на samozабравилния се управник Джон Бул – образ, който по-късно ще стане нарицателен за известен период за Англия и нейната външна политика.

Отношението на Оливър Кромуел – лорд-протектор на английската република, към печата е противоречиво. От една страна, Кромуел заявява: „Моето управление не заслужава да се задържи нито един ден, ако не може да издържи няколко изстрела от пресата“. Но от друга, изправен пред общественото недоволство и обединената опозиция на роялисти, бивши съратници и влиятелни политически брокери, Кромуел е принуден да прокара през 1655 г. силно рестриктивен закон, ограничаващ печатането на памфлети, брошури и създаването на печатници и нови издания. Той забранява почти всички вестници, с изключение на два – „Меркуриус Политикус“, издаван от Мърчмънд Недхем, където като главен цензор работи Джон Милтън и „Пъблик Интелидженсър“ („Public Intelligencer“, „Публичен осведомител“).

По това време, въпреки ограниченията и политическото ожесточение, печатът разкрива своите възможности като влиятелен фактор в обществения живот. Първоначалните борби на печатарите за по-големи професионални права са продължени от издателите, някои от които политици, депутати и общественици, борещи се за по-широки политически права и свободи. Така много скоро след раждането си, английският печат се политизира и пръв в Европа показва възможностите за въздействие върху обществените дела.

Едновременно с това вестникарите започват да осъзнават и големите възможности за комерсиализация на печата – появяват се и първите реклами за книги и чай. Дори всемогъщият диктатор Кромуел се изкушава да рекламира в „Меркуриус Политикус“ издадена негова поема и да се бори за обществено внимание. След неговата смърт синовете

му и неговия съратник генерал Мънк не успяват да задържат републиканския строй. Срещу титла на лорд, богато херцогство и пари в брой, генерал Мънк приветства завръщането на синовете на екзекутирания крал Чарлз и възстановяването на монархията.

През 1660 г. чрез Чарлз II династията на Стюартите се връща в английското управление. Въпреки обещаната либерализация на пресата, през 1662 г. е обнародван Лицензионен закон („Licensing act“), в който е записано, че ще действа само две години, но на практика е продължаван чак до 1693 г. С този закон се забранява всяко издание – книга, вестник, брошура, което „подбужда към бунт или може да подбуди към бунт“. Тази разтеглива формулировка практически отнема всякаква свобода на печата. Много издания са закрити заради прищевките на властта или на самозабравили се магистрати.

Периодът на Реставрацията е време, изпълнено с шумни скандали, спекулации на властта и разгулни пиршества на завърналите се от емиграция благородници. Богатството и показната наглост на кралските фаворитки, жестокото преследване на пуританите и на религиозните дисиденти, икономическата криза ще засилят имигрантската вълна към североамериканските колонии. Чарлз II Стюарт, въпреки прокламираните свободи, ще натовари своя цензор Робер Лестранж да контролира издаването на два проправителствени вестника „**Интелидженсър**“ („**Intelligencer**“, „Осведомител“), и „**Нюз**“ („**News**“, „Новини“), които са изпълнени с добре пресята информация от страната и чужбина, с прокламации на краля, със съобщения за празненства и обществени паради.

Втората голямата епидемия от бубонна чума, която практически обезлюдява Лондон, принуждава краля да избяга със своя двор в Оксфорд. Там той нарежда да се издава вестник за нуждите на двора. Така през 1665 г. започва да излиза в. „**Оксфорд газет**“ („**Oxford Gazette**“, „Оксфордски вестник“), редактиран от Хенри Мадимън. След утихването на чумната епидемия и големия пожар в Лондон през 1666 г., унищожил близо 4/5 от дървения дотогава град и оставил бездомни 100 хиляди лондончани, изданието се премества в Лондон заедно с кралския двор. То излиза под името „**Лондон Газет**“ („**London Gazette**“, „Лондонски вестник“) и до днес и е един от най-старите все още излизащи вестници в света.

Реставрацията на монархията и опитите на аристокрацията да възстанови предреволюционният стил на абсолютната кралска власт срещат съпротивата на слоевете, които са участвали в английската революция – буржоазията, дребните благородници, прослойката на ан-

глийските манифактуристи, подкрепяни от нарастващата маса от наемни работници. Те не приемат крайностите на феодалния режим. След смъртта на крал Чарлз II през 1685 г., останал без законни наследници, (незаконни е имал достатъчно), го наследява брат му Джеймс II, който не успява да овладее общественото недоволство, избухнало след като приема римокатоличеството, религията на жена си. Недоволният парламент, получил подкрепата на търговските съсловия, усетили предимствата на протестантизма от времето на Елизабет I и републиката, се обръщат към холандския принц щадхалтера Вилхелм Оранжски, женен за Мери, дъщерята на Джеймс II с покана да дебаркират в страната и да поемат управлението на Англия, Уелс, Шотландия. Крал Джеймс не може да повярва, че дъщеря му и съпругът ѝ протестант ще се изправят срещу него. Но това става – те дебаркират през есента на 1688 г. и след поредица от не много кръвопролитни битки, последната от които е в подкрепящата краля католическа Ирландия при Бойн, Джеймс II е принуден да емигрира във Франция.

През 1689 г. новопровъзгласеният под името Уилям III крал подписва исканата от парламентаристите „Декларация за правата“. Чрез нея се гарантира свободата на парламентарните разисквания, редовното свикване на Парламента и правото на гражданите да подават петиции. Кралят признава и правото на депутатите да одобряват събирането на данъци в кралството и да определят всяка година числеността на армията. Чрез серия от мерки Парламентът ограничава кралската власт и през 1690 г. окончателно е приключена така наречената „Славна революция“, при която кралската власт е предадена на крал Уилям III в съуправление с кралица Мери. Те приемат да изпълняват ролята на конституционни монарси. Определяната като безкръвна „Славна революция“, въпреки някои жертви от схватките с изтласкания от страната крал Джеймс, утвърждава изключителната роля на парламента в обществения живот и отрежда на краля предимно представителни функции. Парламентът става основен източник на политическа власт в страната. В противоборството между създадените в началото на 18 век политически партии – на консерваторите (наричани „тори“) и на либералите (наричани „виги“) се осъществява политическият дебат в страната.

Според някои изследователи в Англия се учредява т.нар. „фасадна монархия“, при която монархът номинално е глава на държавата и той царува, но не управлява. Фактичката власт е в ръцете на Парламента и най-вече на доминиращата в него политическа формация.

Оформят се и първите политически издания. Те са насърчени от указа от 1695 г., който отменя предварителната цензура и намалява възможностите на властта да влияе върху съдържанието и политиката на изданията. Възможностите за избор се увеличават. През 1702 г. започва да излиза два пъти седмично вестник „Обзървър“ („**Observer**“, „Наблюдател“), като орган на вигите, а през 1704 г. **Чарлз Лесли** стартира издание на торите „Рихърсъл“ („**Rehearsal**“, „Репетиция“), названието точно отговаря на вижданията и нагласите на публиката. Обикновените хора дори да не могат да четат, отиват още в началото на деня към спорадично възникналите средища, според наблюденията на пътешественици от Северна Европа, посетили Лондон, за да се осведомят за ставащото, да съберат пари и да „четат заедно“. Както ще отбележи гордо създаденото през 1726 г. опозиционното издание „Крафтсман“ – „ние ставаме нация от политици“.

Първият английски всекидневник „**Дейли Кърънт**“ („**Daily Courant**“, „Всекидневен поток“) е отпечатан на 11 март 1702 г. само на лицевата страна и преразказва новините от холандски и френски издания като двуколонното графично оформление до голяма степен преповтаря облика на официозния „Лъндън Газет“. Издателят му Сам Бъкли, който по-късно ще стане издател и на литературния всекидневник „Спектейтър“, списван след 1711 г. от темпераментните и критично настроени пера на Ричард Стийл и Джоузеф Адисън, все още не се осмелява да пренебрегва ограниченията, характерни за „книгите с новини“, излизали 80 години преди това. Предпочитанието ще бъде към новините от чужбина. Правят се съвсем плахи опити да се навлезе в проблематиката на деня. Освен че излиза всекидневно чак до 1735 г., това издание постепенно увеличава обема си като достига до 6 страници, но предпочита преразказването на външнополитическите новини, съобщенията за новоприсигнали корабни товари и половин колона от реклами като преобладаващата част от тях са за предстоящи театрални представления.

Първият вечерен вестник „**Ивнинг Поуст**“ („**Evening Post**“, „Вечерна поща“) се появява през август 1706 г., но това издание, както и неговите вечерни конкуренти – „**Ивнинг Кърънт**“ („**Evening Courant**“, „Вечерен поток“), „**Найт Поуст**“ („**Night Post**“, „Вечерна поща“), излизали от 1711 г. и „**Сейнт Джеймс Ивнинг Поуст**“ („**St James's Evening Post**“, „Вечерната поща на Сейнт Джеймс“), публикуват от 1715 г., дълго време се отпечатват само три пъти в седмицата – вторник, четвъртък и събота, като събират пристигналите по пощата в Лондон новини от

страната и чужбина. Едва в края на века ще се появят излизащите регулярно вечерни всекидневници.

## ШКОЛАТА НА „СЕДМИЧНИТЕ ХРОНИСТИ“

В началото на 18 век в Англия протичат бурните процеси на индустриалната революция. Британия постепенно се превръща във „фабриката на света“. Засилената индустриализация води до ускоряване на урбанизацията и едновременно с това – до обедняване и пауперизация на английските селяни. Дребните надничари са насилствено изтласквани от предоставяните им от феодалите поземлени участници и те се насочват към градовете. На освободената територия се развива овцевъдството, подхранващо със суровина тъкачните фабрики на Манчестър и Лондон. Според един съвременник, това е времето, когато „овцете изядоха хората“.

Обезправените довчерашни селяни се превръщат в наемни работници за големите манифактурни производства на Англия. Но мнозина от тях се лумпенизират и криминализират. Засилва се социалното напрежение, растат различията в доходите и образователното равнище. Модернизиращото се общество се нуждае от навременни реформи в социалната и образователната сфера, ако иска да избегне разрушителния социален взрив. Осъзнаването на тази необходимост е резултат от активността на управляващата прослойка в страната, но то е повлияно и от журналистическата активност на т. нар. школа на „седмичните хронисти“. „Седмичните хронисти“ са писатели, публицисти, общественици, които изоставят дотогавашните си литературни занимания. Те се заемат с издаването на седмични вестници и списания, чрез които проповядват реформи и оказват съществено влияние върху обществените настроения. Тяхното включване в журналистиката, променя до голяма степен и нейния характер.

Английската журналистика вече не просто предава новини, а започва да оказва интелектуално влияние върху общественото мнение, да коментира, прогнозира и утвърждава едни или други социално неизбежни мерки. Сред представителите на школата на „седмичните хронисти“ се открояват имената на известни за времето си личности като Даниел Дефо, Джонатан Суифт, Ричард Стийл, Джоузеф Адисън, Хенри Филдинг, Тобиас Смолет и др.

През 1704 г. Даниел Дефо започва издаването на модерния за времето си политически ориентиран седмичник „**Уикли Ревю ъф ди**

**Афеърс ъф Франс** („**Weekly Review of the Affairs of France**“, „Седмичен преглед на събитията във Франция“), останал в история като „Уикли Ревю“. Макар това седмично издание да демонстрира в заглавието си съблюдаване на забраната от ранните години на английската журналистика да не се коментират събития в страната, всъщност то е изключително ангажирано с политическия живот.

Даниел Дефо е известен писател, автор на първия еротичен роман в английската литература „Мол Фландърс“, както и на първия роман-дневник под заглавието „Дневник на чумавата година“. През 1719 г. Дефо открива истинската „тиражна бомба“ за тогавашната, но и за покъснатата преса – отпечатва през 1719 г. своя роман „Робинзон Крузо“ за самотния корабкрушенец в 165 откъса във всекидневника „**Дейли Пост**“ („**Daily Post**“, „Всекидневна поща“), като така неколкократно повишава тиража на изданието. Според някои изследователи е открит т.нар. принцип на Шехерезада – принцесата от арабските приказки, която винаги спира разказа си пред владетеля на най-интересното място, за да запази живота си. Този сериен принцип, известен още от древността (митът за Херакъл също е разказан като серия), по-късно е използван от Александър Дюма, Евгени Сю, Жорж Санд, Оноре дьо Балзак, при разцвета на френската сензационна преса, както и при днешните сапунени сериали.

Даниел Дефо е истински ренесансов човек, противоречив и изобретателен, храбър и продажен. Той прави подбор на новините изцяло през призмата на партийните си пристрастия, като се отказва от ролята на вестника да бъде обикновен посредник на новините. И откроява на предно място само онези новини, които поддържат каузата на либералите. За разлика от другите вестници, той подлага на журналистическа критика проблемните сфери в различни области на социалния живот. Въвежда модерното оформление на заглавията на две колони, разделителните колон-линии, специализираните информационни рубрики. Най-голямото му нововъведение в журналистическата практика е създаденото от него сатирично приложение „**Скендъл клуб**“, („**Scandal-club**“, „Скандален клуб“), в което се осъществява сатирична критика на политическия живот в страната. Това нововъведение е възприето и от другите седмични хронисти. Те също подготвят приложения към своите издания, но ги разработват предимно в позитивен план. От тези приложения се раждат т. нар. „**морални списания**“, които утвърждават ценностите на новата буржоазна класа, нейните вкусове, образователни амбиции и литературни предпочитания. Те се развиват първоначално в



Англия, по-късно преминават във Франция, и се разпространяват особено интензивно в политическото безвремие на Германия. „Моралните списания“ са пример за много други издания, в това число – и за първото българско списание „Любословие“, чийто сигнален брой Константин Фотинов пуца през 1842 г. в град Смирна, днешен Измир.

Уникални са и предлаганите от Даниел Дефо реформи – той създава бюро за тайна криминална полиция, което се смята за предшественик на днешната криминална служба „Скотланд Ярд“ и организира външнополитическо бюро за анализ на военния и комуникационен потенциал на възможен противник в бъдеща война, в лицето на Франция, има разгърната програма за спешни социални реформи. За смелото си държане и критика на парламента неколкратно е осъждан на обществено поругаване, изразяващо се в привързване към позорен стълб, при което е изложен на обидните подигравки на лондонската гълта.

Даниел Дефо разгръща способностите си в сложно време. В името на партизанското противопоставяне властниците и влиятелните политически брокери си позволяват всичко. Закрилят едни издания в името на политическата целесъобразност, както, например Хенри Ст. Джон, по-късно лорд Болингброк в началото протезира привързаното към партията на торите списание на Джонатан Суифт „Екзаминър“ и е главният подбудител за въвеждането на ограничителния данък върху печата, т. нар. „червено печатче“. След 16 години Болингброк ще бъде едно от водещите критични пера в либералното списание „Крафтсман“ на Амхърст. Ожесточени политически спорове, властни политически играчи, незабравили феодалните си привички, партизански страсти и надменно-пренебрежително отношение на властниците, които смятат журналистите или за продажни иждивенци, или за сервилни изпълнители на волята им – това бележи периода на ранната английска журналистика, където интригите и злоупотребата с власт са правило, а не изключение. Стилът на Даниел Дефо е остър, нападателен, поднесен популярно и разбираемо за публиката, и този стил е емблематичен за времето. Той определя своя начин на писане по следния начин: *„Ако някой ме попита какво смятам, че е отличния стил или език, бих отговорил, че това е начинът при който така да говориш на петстотин души, от всички съсловия и с различни възможности, като глупаците и лудите се изключват, че всички да те разберат“*.

Амбивалентната природа на Даниел Дефо се проявява и в друго отношение. Има сведения от съвременници, че въпреки яростната му защита на каузата на либералите (вигите), той е издавал под псевдоним

и вестник, в подкрепа на консерваторите – срещу прилично възнаграждение. Новатор в жанрово, дизайнерско и организационно отношение, Даниел Дефо ще подсказе и за едно от другите начала на журналистиката – склонността ѝ към корупция и подкрепа на непопулярни каузи срещу подобаващо заплащане. Известно оправдание за поведението на Д. Дефо може да се открие в жестокостта на неговото време – той е пращан в затвора, заплашван от върховен съдия с обесване и разчетворяване на части след това, тихомълком помилван, за да служи на правителството на вигите. Дефо с горчивина ще възкликне, че за да го разбере истински всеки трябва да се постави на неговото място и да разбере мощта на явната и тихата репресия на властта, стоварвана от всемогъщите лордове върху всеки, който оспори, иронизира или се усъмни в административното им могъщество. Подобна е съдбата на един от най-популярните седмичници за периода, за който Дефо започва да пише след като охладняват отношенията му с „Дейли Поуст“. Натаниъл Мист, който издава „Мист’с Уикли Джърнъл“ („Mist’s Weekly Journal“, „Седмичният вестник на Мист“), е осъден заради обида на краля да престои на позорния стълб, издигнат на „Чаринг крос“ и „Роял ексчейндж“ през февруари 1721 г., да плати голямата за времето си сума от 50 паунда, да иде в затвора и да даде гаранции за добро поведение в следващите 7 години. Тъй като няма пари за глобата, Мист остава в затвора и през май е изправен в Камарата на общините заради обида на краля и херцога на Марлборо и отново изправен в затвора на Нюгейт, защото не издава авторите на обсъжданите статии. Пуснат е след няколко месеца заради заболяване и съдебното преследване тихомълком е прекратено. Но след две години заради обида на правителството отново му е наложена глоба от 100 паунда, 12 месеца затвор, и задължението да гарантира добро поведение до края на живота си. След три години Мист отново е глобен и пратен в затвора. Излизайки от затвора Натаниъл Мист емигрира във Франция и когато е повдигнато ново обвинение за обида на правителството вместо него са арестувани над 20 души. Печатарската машина на вестника е разрушена от властите и изданието, ръководен от негови приятели, спира да излиза. Седмица по-късно обаче той възкръсва под друго име – „Фог’с Уикли Джърнъл“ („Fog’s Weekly Journal“, „Седмичен вестник на Фог“), с идентично оформление и с емблематично писмо, подписано от „Н. Мист“, което заявява „Скъпи братовчедо Фог, причината за моето обръщение към теб е да ти обадя, че неочаквано бях сполетян от апоплектичен удар, от който в крайна сметка и умрях...“ Изданието излиза до смъртта на Н. Мист през 1737 г. и следва графичната тради-



ция на седмичните издания, където поне половината първа страница е заета от уводна статия или есе, като в останалите четири страници се разполагат новини под рубрики като „Чуждестранни новини“ и „Домашни новини“ и се отделят поне две страници с реклами и съобщения.

Сред най-влиятелните политически издания на времето е **„Крафтсман“** („**Craftsman**“, „Занаятчия“), стартирано през 1726 г. от Никълъс Амхърст, пиещ под аристократичен псевдоним, което по-късно се преименува на **„Кънтри Джърнъл ор дъ Крафтсман“** („**Country Journal or the Craftsman**“, „Провинциален вестник или Занаятчия“) и достига по време на своята популярност разпространение от 10 хиляди екземпляра седмично. Политическият критичен патос, поддържан от перата на лорд Болингброк и Уилям Пълтни обяснява причините за голямата му популярност, но по-късно политическите приятели на Амхърст го изоставят, защото сключват компромис с правителството и той завършва дните си в крайна бедност.

Писателят-сатирик Джонатан Суифт, автор на популярния роман-утопия „Пътешествията на Гъливер в страната на гигантите и лилипутите“ е яростен и последователен защитник на консерваторите в църковен и социален план. Издигнал се до декан на катедралната църква „Свети Патрик“ в Дъблин, предприемчивият ирландец е автор на блестящи памфлети като „Скромно предложение“, „Приказка за бъчвата“, „Фалшификатори“, с които критикува английското правителство и министър-председателя Р. Уолпол, който, от своя страна, нарежда на английския губернатор на Ирландия да арестува размирника. Губернаторът обаче отказва да изпълни заповедта, защото се опасява от всенароден бунт.

Джонатан Суифт редактира седмичното списание **„Екзаминър“** („**Examiner**“, „Изследовател“) от 1710 г. и въвежда в журналистиката уводната политическа статия, редакционния коментар, постоянно афишираното мнение по въпросите на деня в т.нар. „редакторска страница“, отличителна характеристика на качествените англезични издания и до днес.

Суифт е първият, който използва журналистическия похват на мистификацията като целенасочена провокация, целяща дискредитирането на институции, личности и групи от хора. В неговата поредица от памфлети под псевдонима „Айзак Бикерстаф“, Суифт издава астрологически календар, в който предрича смъртта и часа на популярния автор на астрологически календари Джон Партридж. Детайлно разработената кампания, която е трябвало да се разкрие точно на 1 април, предиз-

виква небивал фурор, като гилдията на астролозите зачертава Джон Партридж от своите списъци и претендира за авторски права върху неговите издания. В несръчен отговор Партридж пише опровержения и само засилва обществения интерес и всеобщата насмешка. Така Суифт дискредитира морално и унищожава финансово най-просперирания издател на астрологически календари в Англия като не пропуска да уязви и лековерната публика, поддала се на глуповатите предсказания. Склонният към мизантропични крайности Суифт разобличава тотално Джон Партридж. Принуждава го по съдебен път да доказва своята собственост и авторски права. Партридж дори не смее да напусне Англия, тъй като е обявен от католическата църква в Португалия в престъпен сговор с дявола, тъй като в приписвания му календар е „предсказал“ действително случило се опустошително земетресение в Лисабон. Астрологът е подлежал на незабавно предаване на Инквизицията и вероятно изпращане на кладата, ако някога стъпи на католическа земя или бъде пленен от католически кораб. След дискредитирането на Партридж, според съвременници, бизнесът на астролозите-предсказатели на Острова стремително запада за век и половина.

След като напуска редакторската си длъжност в „Екзаминър“ Суифт подкрепя ентузиазирано в писмо до един от лидерите на торите наследилата го редакторка – мисис Мари де ла Ривиер Манли, която преди това е редактирала „Фимейл Татлър“ („Female Tatler“, „Женски бърбирец“), списание излязло само 3 месеца след оригиналното издание на Р. Стийл. Мисис Манли вече е станала популярна със скандалната си книга „Секретни мемоари и маниери на някои висши персони от двата пола“, арестувана е през октомври 1709 г. за оклеветяване на публични фигури и е освободена от обвинение чак през февруари следващата година. Суифт, пишейки в нейна подкрепа, подчертава, че трябва да има някаква награда за всеотдайното ѝ служене на каузата на торите и че тя е с „много благородни принципи, присъщи на жена от нейната класа, много разумна и изобретателна, че е около четиридесетте, домошарка и много пълна“

Крайностите и ожесточеното политическо противопоставяне, характеризиращи периода след Реставрацията, постепенно започват да отстъпват на желанието на образованата публика да се потърси един по-сдържан, вежлив, дипломатичен стил на общуване и политически дебати. Изразители на тази тенденция стават други двама от „седмичните хронисти“ – сър Ричард Стийл и Джоузеф Адисън. Придобил журналистически опит и контакти като „газетар“, както са наричали рабо-

тилите в „Лъндън Газет“ автори, Ричард Стийл се заема да създаде нов тип седмично издание – литературния седмичник „Татлър“ („**Tatler**“, „Бъбривец“), който основава през април 1709 г., като оформлението му показва синтез между дотогавашната оформителска традиция и изискванията на новото време. Излизащо първоначално на 2 страници, но три пъти в седмицата, изданието започва да демонстрира вкус към градските новини, да задоволява интереса на посетителите на станалите модни кафенета, като търси чрез статии, коментари и есета обсъждане на нравите, литературните търсения и интелектуалните интереси на едно по-възпитано общество, в което в дискусиата вече се включват и жените-читателки. Към Стийл скоро се присъединява и приятелят му Адисън, чийто писателски почерк и словесно изящество допринасят за успеха на изданието. В следващото им, вече общо начинание – всекидневника „Спектейтър“ („**Spectator**“, „Наблюдател“), стартирал през 1711 г., в брой 10 Адисън отбелязва, че вече продават по 3 хиляди екземпляра и че задачата им е, подобно на атинския философ Сократ, да извадят „философията от кабинетите и библиотеките, от училищата и колежаите, за да заживее тя в клубовете и събиранията, на масичките за чай и в кафенетата“. Адисън апелира и към „добре подредените семейства“ да помислят освен за чай, хляб и масло, като отделят време и място за изданията им като неизменна част от утрешния ритуал на закуската. По време на сравнително малките тиражи двете издания започват да се радват на многократно препрочитане и обсъждане, още повече че Стийл и Адисън издават събрани в сборници течения на своите издания. Моралните оценки и напътствия, поднесени с ирония, присмех и интелектуален блясък, съчетани със сатиричен преглед на политическите безумия на епохата, правят изданията изключително въздействащи. Затова именно те най-много ще пострадат от наложените от парламента икономически тегоби.

Във вече политическото списание „Татлър“ те започват да публикуват редовно мнението на своите читатели, събирано от специално поставени кутии в системата от кафенета, създадени от тях в големите градове на Англия около емблемата на изданието. По-късно, когато парламентът въвежда серия от закони, оскъпяващи периодичните издания, с цел ограничаване на тяхното влияние, тези кафенета ще се превърнат в политически клубове на средната класа и малоимотните.

Ричард Стийл през 1713 г. издава самостоятелно всекидневника „Гардиан“ („**Guardian**“, „Защитник“), замислен като неполитическо издание, което да разработва в достъпен стил въпросите на деня, но то

скоро започва да се включва задочно в парламентарните полемики. След 176 броя Стийл стартира „**Инглишман**“ („**Englishman**“, „Англичанин“), чиято задача, според Стийл, вече станал член на парламента, е да се държи като патриот при трактовката на събитията. Но правителството е засегнато от съдържанието на два негови броя и изисква той да отговаря на обвиненията в Камарата на общините. Там, въпреки шумната защита на влиятелен политик като Р. Уолпол, по-късно премиер, който пледира, че свободата на печата е неограничена и че не бива да се обявява за престъпление деяние, което не е инкриминирано от нито един закон, гласуван дотогава в парламента, Стийл е изгонен от парламента с 245 срещу едва 152 гласа. Другите вестници, които той стартира – „**Дъ Плебейян**“ („**The Plebeian**“, „Плебеят“), „**Дъ Рийдър**“ („**The Reader**“, „Читателят“), „**Тиътър**“ („**The Theater**“, „Театър“), „**Таун ток**“ („**Town Talk**“, „Градски разговор“), „**Тий тейбъл**“ („**Tea-Table**“, „Маса за чай“) имат сравнително кратък живот и никога не достигат равнището, популярността и успеха, който те имат заедно с Адисън с „Татлър“ и „Спектейтър“. Самият Адисън, преквалифицирал се в главен секретар на херцог Съндърланд, помощник-губернатор на Ирландия, издава през 1715-1716 г. вестник „**Фрийхолдър**“ („**Freeholder**“, „Поземлен собственик“, в който пледира за законността и целесъобразността на възцаряването на Хановерската династия.

Популярният през този период писател Хенри Филдинг, автор на класическия за английската литература роман „Том Джоунс“, е издател на списания, изиграли ключова роля в развитието на англоезичната културна традиция. През 1739 г. той в сътрудничество с Джеймс Ралф стартира излизация три пъти в седмицата „**Чемпиън**“ („**Champion**“, „Защитник“), като остро критикува както своите съвременници журналисти заради ниското качество на информацията и коментарите, така и повежда истинска вестникарска война с редица популярни писатели. В списанието „**Трю Пейтриъг**“ („**True Patriot**“, „Истински патриот“), стартирало през 1745 г., Хенри Филдинг лансира първите прояви на английския патриотизъм, стигащ до крайност, определян от противниците му като джингоизъм, както и идеята за изолационизма на Британия, която като малък, уязвим остров трябва да се пази от въвличане в европейските конфликти и стриктно да брани своята неутралност. По-късно тази последователна политика на неангажиране с европейските и световните дела ще бъде проповядвана преди двете световни войни и от част от американския политически истаблишмънт, който произлиза основно от Юга и Средния Запад. А в литературните си списания

„Ковънт Гардън Джърнъл“ („Covent Garden Journal“, „Вестник на Ковънт Гардън“) и в „Лондон Джърнъл“ („London Journal“, „Лондонски вестник“) Филдинг ще постави основата на плодотворната традиция на семейните списания с техните избрани за членовете на цялата фамилия разнообразни по характер четива. Истинският разцвет на този тип издания ще настъпи през периода на викторианството през втората половина на 19 век. Тогава тиражът на литературни списания със семейни четива като „Единбург Ривю“ („Edinburg Review“, „Единбургски преглед“) ще бъде стимулиран от технологичното откритие на светилния газ и по-късно на електричеството, позволяващи да бъде продължено на поносима и за по-бедните слоеве цена семейното общуване около масата в трапезарията и гостната, привилегия, достъпна дотогава само за изключително имотните благороднически семейства. Технологичните нововъведения демократизират обществата и разширяват достъпа до културния продукт на нови прослойки, които по логиката на индустриалното производство неизбежно трябва да бъдат включени в образованието и културата, за да бъдат носещи рентабилност участници/изпълнители в модерния индустриален процес.

Към школата на „седмичните хроники“ трябва да се причисли и романистът Тобиъс Смолет. Той първоначално приема предложението на предприемчив печатар да оглави екипа, списващ месечното литературно списание „Критикъл Ривю“ („Critical Review“, „Критически преглед“) от 1756 г. Този екип гръмко се титулува като „обществото на джентълмените“ и бойко се заема да громи обществените пороци. Веднага започват оплаквания и съдебни присъди. За обида на личността на един адмирал Смолет е пратен за три месеца в затвора и му е наложена солена глоба. През 1760 г. Смолет става редактор на „Бритиш Мегъзин“ („The British Magazine“, „Британско списание“) и започва публикуването на свой роман в поредица, практика, въведена още от Д. Дефо във всекидневника „Дейли Поуст“.

Школата на „седмичните хроники“ допринася за развитието на журналистиката като професия и за овладяването на нови тематични и жанрови периметри, започва отпечатването на първите гравюри, първите политически карикатури и се засилва ролята на пресата като фактор в обществения живот. Школата оказва влияние върху развитието на комуникативната култура не само в Британия, но и в северноамериканските колонии и европейските страни. Именно в този период английската журналистика става водеща в света и заради бързата си политизация и голямата си роля в обществения живот, като изпреварва

в тяхното развитие френската и германската журналистически гилдии и е новаторска в откриването на нови жанрове, тематични формули, технологии на мениджмънт и разпространение. От техния опит ще се учат и първосъздателите на други журналистически школи като тези в Северна Америка – Бенджамин Франклин и Айзая Томас, издатели от Германия, Швеция и Франция.

## „ДАНЪЦИТЕ ВЪРХУ ЗНАНИЕТО“

В началото на 18 век английският печат става голяма обществена сила. Но другият властови център – Парламентът, току-що взел надмощие над кралската институция, е силно раздражен от влиянието на политическата журналистика. Ето защо в периода от 1713-1720 г. Парламентът въвежда осем закона, известни като „данъци върху знанието“. Тези закони целят оскъпяване на себестойността на изданията и тяхното превръщане в информационна привилегия само за богатите. Първият от тях е т. нар. Закон за червения печат, който под благовидния предлог за гарантиране качеството на печатарската хартия и защита на четящата публика, налага непосилно висока такса върху всяка хартия за печат. Други закони са за лицензиите, за клеветата, за отговорните лица и др. Цената на периодичните издания рязко нараства и става непосилно висока, тя достига неколкодневната надница за тежък физически труд. Вестникът действително става луксозна стока – от стойността на един хляб, неговата цена стига до себестойността на половин агне. Тази икономическа мярка на Парламента бързо намира своя отговор – в английските кафенета, създадени около седмичника „Татлър“ на Ричард Стийл се заражда нова комуникативна практика, съществуваща и до днес като част от градската култура – посетителите, заедно с консумацията, имат право да четат най-новите броеве на изданията на „седмичните хроники“. Английските кафенета се превръщат в нови средища за лични срещи, но и за политически дебати, за общуване с така популярните седмични издания на „хрониките“. Замисленият ефект за изолиране и разединяване на критично мислещата читателска аудитория с по-скромни доходи се превръща в своята противоположност. Аудиторията е по-скоро обединена около общи позиции, формира се своеобразен дебатирещ форум, който многократно препотвърждава правотата на личното мнение, човекът в големия променящ се град вече не се усеща сам в осъждането на беззаконията. Тази находчива комуникативна практика, въведена от ан-



глийските кафенета, всъщност запазва борческото начало на английския печат.

„Данъците върху знанието“ ще бъдат запазени чак до Шестдесетте години на 19 век, когато постепенно ще бъдат премахнати. Икономическият разцвет в епохата на викторианството, превърнал Англия в световен хегемон, ще позволи на управляващата прослойка да бъде спокойна за социалния мир и да отмени данъците върху знанието. През 1853 г. е премахнат данъкът върху обявленията и рекламите, през 1855 г. данъкът върху хартията (законът за „червения печат“), който уж трябвало да гарантира качеството на печатането в страната, 1861 г. данъкът върху хартията, 1869 г. – принудителната парична гаранция, която да обезпечи евентуалното овъзмездяване на оклеветен или засегнат. Показателно е, че веднага след отмяната на най-омразния и отежняващ икономическото положение на изданията закон за „червения печат“ – юни 1855 г. до края на същата година излизат 107 нови издания – всекидневници и списания.

Английският печат не остава безпомощен поданик на ограниченията, наложени от Парламента. До тридесетте години на 18 век е било строго забранено разпространяването на каквато и да е информация от заседанията на Парламента, както и за начина на гласуване на депутатите. Парламентът е бил върховна, но непрозрачна институция и всеки депутат е можел да декларира по различни въпроси едно становище в речите си, а да гласува по друг начин, по разпореждане на своята партия. Битката за преодоляване на информационната забрана е започната от д-р Самюел Джонсън, една от най-колоритните личности в английската литература. Изключително продуктивен като автор той твори в различни литературни жанрове – поезия, есеистика, биографии, литературна критика, лексикография. Автор е на капиталния „Речник на английския език“ и на поредица от есета под наименованието – „Пешеходецът“. Принуден от хроничното си безпаричие, д-р Джонсън с докторати от Тринити колидж в Дъблин и от Оксфорд приема предложението на издателя на списанието „Джентълменс Мегъзин“ („Gentleman's Magazine“, „Списание на кавалерите“) Едуард Кейв да му сътрудничи. „Джентълменс Мегъзин“ е създадено през 1731 година и е замислено като месечен дайджест с новини и коментари по всички теми, които представляват интерес за читателите на онова време – от цените на различни стоки до поезията на латински език. Издателят на списанието Едуард Кейв, който пръв използва понятието „магазин“ за издание със смесена тематика, постепенно се насочва към отразяване на събитията

в самата страна. А привлеченият като автор д-р Джонсън започва да публикува информация от заседанията на Парламента – нещо нечувано до този момент. В тази си активност, продължила близо 30 години, д-р Джонсън не само обогатява жанровата и тематичната палитра на списанието, но подкрепян от издателя Е. Кейв, също издигнал се със самостоятелни усилия от крайно бедно семейство, успява да привлече голяма обществена подкрепа за прокламираната си кауза. Д-р Джонсън изразява интересите на дребните собственици, които искат да имат по-голям контрол върху решенията, гласуването и дебатите в парламента. Парламентаристите решават да ограничат дейността на журналиста, но тъй като съгласно Декларацията за правата и свободите, не могат да му наложат цензура, забраняват на д-р Джонсън да посещава заседанията на Парламента. Но той подкупва портiererите и разсилните и според техните разкази, и черновите от кошчетата сглобява речите на изказалите се депутати. Понякога, според признанията на съвременници, те са били по-въздействащи, отколкото реално произнесените речи. Както той самият отбелязва, „речите, които аз влагах в устата на депутатите, в редица случаи бяха много по-добри от тези, които те произнасяха или бяха в състояние въобще да произнесат“. Когато и тези възможности са му отнети след заплахата към служителите в Парламента, д-р Джонсън започва да използва метода на алузията – разказва за парламентарния живот в една измислена страна Лилипутия, леко променя имената на депутатите, но така че всички да ги разпознават. Както у нас след повече от два века сатиричното шоу „Ку-Ку“ (а след това „Хъшове“ и „Каналето“) създаде образите на Иван Лостов (Иван Костов), на Блян Рибенов (Жан Виденов) и изпя прощалната песен „Пътнико виден, пътнико off“, белязала края на управлението на Жан Виденов.

Издателят Едуард Кейв постига голям успех със списанието „Джентълменс Мегъзин“, излизало до 1914 г. като го утвърждава в целия англоезичен свят, разработва оригинална система за разпространение на изданието, привлича много сътрудници и натрупва голямо състояние като доказва, че и с преследването на обществено справедлива кауза може да се постигне благосъстояние и обществен авторитет. Така постепенно се прокарва път към формирането на новия вид качествени издания, които няма да зависят само от субсидите на властта и прищевките на пазара, но ще успяват да се утвърдят като независими и влиятелни говорители и изразители на обществените потребности.

Самуел Джонсън приема предложението на издателя на „Юнивърсъл кроникъл оп Уикли Газет“ („Universal Chronicle or Weekly



**Gazette**“, „Универсална хроника или Седмичен вестник“) да публикува редовно есета под рубриката „Безгрижният“, в която продължава традицията на „моралните списания“ да поучава и съди обществото. В много негови критични бележки е очертана моралната му присъда за тогавашната журналистика. Джонсън отбелязва, че съдържанието на вестниците се повтаря, написаното в сутрешните вестници се преповтаря от вечерните, а на другия ден, сутрешните вестници различават историите от предишната вечер. През 1758 г. Джонсън преповтаря известната забележка, че „посланиците са достойни хора, пратени в чужда страна, за да лъжат за преимуществата на своята страна, докато новинарите са хора без достойнства, които пишат лъжи у дома за своя собствена полза. За техните съчинения не се иска нито талант, нито знания, нито трудолюбие, нито ум, само липсата на срам и безразличието към истината са абсолютно необходими“.

Критичността на д-р Самюел Джонсън за характера и съдържанието на английската преса от 18 век има своите горчиви основания. Журналистиката все още е икономически слаба, зависима от властта и от нейните санкции и субсидии, склонна да обслужва партийни и кланови интереси и да се поддава на корупция и шантаж. Разпространението е все още слабо – през 1753 г. са продадени за цялата година едва 7 милиона екземпляра, след четвърт век – количеството се удвоява. Промислеността не е достатъчно развита, за да инвестира в рекламирането на продукти, стоки и услуги. Това не позволява на изданията да разчитат на самостоятелни приходоизточници, което да ги превърне в независими национални арбитри, притежаващи свой периметър на преценка и въздействие, както това ще стане след 30-те години на 19 век.

Разрастването на така наречената „Кабинетна система“, при която министрите само формално са назначавани от краля, но се отчитат и съобразяват с разположението на силите в парламента, дава големи шансове на властниците да контролират пресата. Освен с икономическите санкции на „данъците върху знанието“, особено активно се използва и последващата цензура чрез системно и безогледно прилагане на Закона за клеветата, който съдиите с охота прилагат и глобяват издания и журналисти или ги пращат в затвора. Премиерът Робърт Уолпол редовно е подкупвал издателите и памфлетистите, за да осигури благоприятен медиен климат за своето управление. Само за последните десет години от премиерстването си той е насочил 50 хиляди паунда обществени пари към вестникари и памфлетисти. Тази практика се запазва до първата половина на 19 век, когато индустриалната революция и всеобщото за-

могване на търсещата вестници публика ще направи изданията по-независими. По време на Френската революция от 1789 г. редица издания са разчитали на държавната подкрепа като всекидневниците „Морнинг херълд“ и „Уърлд“ са получавали по 600 лири годишно, а за новосъздадения „Таймс“ са отивали по 300 паунда.

Самюел Джонсън не доживява да види резултата от неравната си битка с английския Парламент. Той умира, преди Парламентът да отстъпи, но делото му е продължено от изключително популярния в своето време журналист, издател и политик Джон Уилкс. Той започва издаването на вестник „**Норт Бритън**“ („North Briton“, „Северен британец“), който има за мото израза „Излиза, за да докаже силата на правото над правото на силата“. Убеждението на Уилкс е, че „свободата на печата е свещено право на всеки британец и че той го има по рождение“. В своето издание той критикува продажните депутати и министри. Когато през 1760 г. на трона идва 22-годишният крал Джордж III, подкупени от двореца депутати са готови да гласуват увеличена цивилна листа (бюджет на двора). Целта е да се осигурят на краля големи тайни фондове, за да засили той финансовата мощ на пълзящия кралски абсолютизъм. Джон Уилкс разобличава този тих отказ на някои парламентаристи от правомощия, готови да променят изграденото обществено устройство на държавна власт. Фасадната монархия, при която кралят царува, но не управлява, се опитва отново да се превърне в абсолютна монархия. На тази конспирация на някои управляващи кръгове се противопоставят редица издания и най-вече вестникът на Уилкс. През 1763 г. Джон Уилкс обвинява крал Джордж III, че е употребил „безчестна лъжа“ и доказва това. Заради обида на държавния глава той е преследван от властта и пратен в затвора. Скоро след това е освободен, поради големите демонстрации в Лондон в негова подкрепа.

Уилкс четири пъти е избран за депутат, но винаги е касиран от Парламента, за чиито заседания и финансови машинации подробно е разказвал. В резултат на своята дейност, Джон Уилкс става най-популярната личност на своето време. Организиран се комитети в негова подкрепа в цялата страна. Популярен журналист и трибун той е един от менторите на своето време. Неговият образ е навсякъде – върху портрети, на витрини, гоблени, лули, даже върху копчета за ръкавели. През 1774 г. Джон Уилкс е избран за кмет на голям Лондон, за премиер на лондонската управа. Така той става третият по ранг човек в държавата и като такъв има правото да отменя съдебни решения в лондонската голяма община. Една от първите му стъпки е да отмени съдебните при-

съди срещу журналисти и издатели, които като него са информирали за заседанията, речите и гласуванията в Парламента. Така забраните се обезсмислят и през лятото на 1775 г. английският Парламент отстъпва, като разрешава пълен достъп на журналистите до неговите заседания и пълна информационна свобода. Така се раждат истинските парламентарни репортажи, коментари и анализи. По време на парламентарни дебати за границите на допустимото в парламентарните репортажи през 1787 г. консервативният депутат Едмънд Бърк, сам издател и публицист, според настойчивото твърдение на големия философ, памфлетист и моралист на 19 век Томас Карлайл, ще посочи към галерията на журналистите и ще се провикне: „Ето господата, присъстваме на раждането на четвъртата власт!“ Тогава за първи път се употребява понятието **„четвърта власт“ за печата** (радиото, киното, телевизията) след другите три власти – законодателна, изпълнителна и съдебна. Но истинската четвърта власт е всъщност добре информираното обществено мнение.

Изразът „четвърта власт“ често е използван и преди това. Известният френски философ моралист Мишел дьо Монтен, създател на великолепните томове „Есета“ го използва още в 16 век, за да определи властта на адвокатите, а седмичният хронист Хенри Филдинг в списанието „Ковънт Гардън Джърнъл“ през 1752 г. визира опасната власт на „гълпата“, както тогава са определяли наемните работници, обикновените хора, определяни от марксистите и социалистите по-късно като пролетариат. В периода на регентството на кралиците при непълнолетни монарси в Англия под определението „четвърта власт“ са имали предвид тайната власт на съветниците, нашепващи на безпомощната и объркана владетелка политически решения. Хенри Брогъм през 1823 -1824 г., критикът Томас Маколей, когато рецензира историческо съчинение го използва в смисъла, лансиран от Карлайл като субституиращо журналистиката понятие, а Уилям Хазлит използва вече утвърдения израз, за да означи публицистичната дейност на популярния полемист на 18 век – реформистът Уилям Кобет, който е упражнявал като Джон Уилкс огромно социално и духовно въздействие в своята епоха. Потвърждение на вече утвърдения израз дава и язвителният писател и критик от викторианската епоха, своеобразният „арбитър елегантум“ на светския живот Оскар Уайлд, който определя властта на журналистите като първа и декларира, че „ние сме доминирани от журналистите“. Сам обект на журналистически разследвания и атаки за личния му живот, авторът на романа „Портретът на Дориан Грей“ много добре е осъзнавал възможностите на журналистиката в обществените дела. Очевидно той е

споделял оценката на Томас Карлайл, автор на фундаменталния анализ „За героите и героичното в историята“, както и на историческо съчинение за Великата френска революция. В този си труд Карлайл детайлно проследява перипетиите във Франция през 1789 – 1799 г. и е впечатлен от голямата роля на журналистиката, отразявала и много често сама предизвиквала големи политически промени. Макар да е утвърден в САЩ в предложения от Карлайл смисъл, изразът „четвърта власт“ понякога се използва и като язвително противостоящ на определението „четвърти клон на управлението“, когато под това се визира поведението на коленопреклонните към властта преса и медии като цяло.

В своята продължителна битка с парламентарните ограничения Джон Уилкс е подкрепян от вестник „Пъблик Адвъртайзър“ („Public Advertiser“, „Публичен осведомител“), където под псевдонима „Юниус“ („Junius“) вероятно е публикувал под формата на писма своите сатирични и изпълнени с шокиращи разкрития язвително-вежливата проза на сър Филип Франсис, вбесяващи политическата върхушка и станал причината за тежки санкции над печатарите на изданието. Но образецът на вежлива сатира, заредена с убийствена ирония и елегантно поднесени фактологични разкрития, ще накара мнозина в световната преса да се връщат към този модел на демаскиране на политическия опонент и мнозина ще взаимстват и подхода, та дори и псевдонима.

Сред важните издания на 18 век трябва да бъде споменато списанието „Енюъл Реджистър“ („Annual Register“, „Годишен регистратор“), което започва да излиза от 1758 г. като годишен преглед на европейските и световните събития, важни за аудиторията във Великобритания. Освен исторически прегледи, в списанието се предоставят биографични данни, юридически съвети, парламентарни репортажи, рецензии на книги, локални новини. Списанието е основано от Едмънд Бърк, който заедно с Робърт Дъдсли е дългогодишен редактор на изданието. Известен политик, популярен с консервативните си възгледи, депутат от партията на вигите, Бърк подкрепя американските колонисти в борбата им против късогледата политика на крал Джордж III и първи публикува Декларацията за независимост на САЩ, прокламира началото на американската революция и битката им за отделяне от Британия. От друга страна, Бърк е известен с яростната си критика на Френската революция от 1789 г. и на революционната политика на якобинците и на тяхната въздействаща пропаганда. Той прави всичко възможно да ограничи въздействието ѝ върху английското общество. Подобно намерение има и 27-годишният заместник-министър на външните работи

Джордж Канинг, който стартира с група съмишленици политическото списание „**Антиякобин оп Уикли Екзаминър**“ („**Anti-Jacobin, or Weekly Examiner**“, „Антиякобинско или седмичен изследовател“) през 1758 г., за да се противопоставя с остра критика, сатира и язвителност на „лъжите на якобинците“, на техните грешки и „лъжи“, като дори ги класифицира по степен на важност за всяка седмица. Убеждението на Канинг и неговите сподвижници, изповядвано и в публичните им речи в Камарата на общините, е, че трябва да се противодейства на опитите за реформи на обществото чрез сила и че „пресата дълго време е била използвана като оръдие за разрушение“. „Антиякобин“ атакува не само действията, но изобличава, според неговите представи, и техните съмишленици в пресата като обръща внимание на управниците върху публикации в сутрешните всекидневници „Морнинг кроникъл“, „Морнинг херълд“, „Морнинг Поуст“ и „Куриър“ и ги приковава символично към позорния стълб. Съмишленици на Канинг са известния политик от партията на вигите, който по-късно ще стане и премиер на страната, Уилям Пит, Джон Хукъм Фрер, Джордж Елис и редактора Уилям Гифърд, който по-късно ще се утвърди като издател на „Куотърли Ривю“.

## ГРЪМОВЕРЖЕЦЪТ „ТАЙМС“

Много велики начинания в човешката история са резултат на недоразумения, случайност или любопитно стечение на обстоятелствата. Така се случва и с вестник „**Дъ таймс**“ („**The Times**“, „Времената“. Неговият създател Джон Уолтър (1739-1814 г.) дори не е осъзнавал, че създава една национална институция. Преуспяващ търговец на възлища, той е сътрудничил и на застрахователната агенция „Лойдс“, но поради финансови несполуки трябва да потърси нови източници на доходи. Насочва се към един изобретател, патентовал нов тип на печатане чрез комбиниране на отделните оловни букви в едно цяло. Според очакванията на Уолтър този метод е трябвало да бъде по-евтин и по-бърз. Закупува патента и основава печатница близо до кралската, в центъра на Лондон. Рекламирането на новия типографски способ не среща одобрение. За да преодолее обществената апатия към техническото му нововъведение, Джон Уолтър решава да го рекламира пред обществото чрез издаването на всекидневник. Начинанието е рисковано като се има предвид, че по това време в Лондон излизат 8 познати и утвърдени сутрешни всекидневника. Новият четиристраничен вестник стартира на 1 януари 1785 г. под названието „**Дейли Унивърсъл Реджистър**“ („**The**

**Daily Universal Register**“, „Всекидневен универсален регистратор“), като в подзаглавието е посочено, че е отпечатан по новия логографски метод, одобрен чрез кралски патент. Читателите са го наричали просто „Регистраторът“ и така са го бъркали с други вече утвърдени под това име издания. Затова на третата година Уолтър опростява заглавието като намира категоричното, различимо и лесно запомнящо се название „Таймс“, но за известно време оставя подзаглавието „Регистратор на времената“. Противно на тогавашната търговска практика, която е определяла цена от три пенса за сутрешен всекидневник, Уолтър предлага по-ниска – два пенса и 5 пени като съзнава, че тя е икономически неизгодна, но се стреми да подбие ценово конкуренцията, за да привлича повече обявления, съобщения и реклами. По-късно изравнява цените си с тези на другите всекидневници и се отказва от логографския печат, който се оказва нито по-евтин, нито по-бърз от разпространените по това време печатарски преси.

Още в уводната статия на първия брой Джон Уолтър формулира принципа на изданието да „*бъде Регистратор на времената и надежден хроникьор на всеки вид информация като нищо не бива да се преувеличава, както на една маса трябва да има ястия за всеки вкус, наблюдения за поведението на нашия и на чуждите кралски домове трябва да бъде осигурено за политическият читател, дебатите трябва да бъдат отразявани заради удоволствието или информирането на тези, които може специално да се интересуват от тях, както да се обърне и нужното внимание на интересите на търговията, която е така силно насърчавана от рекламите.*“

Джон Уолтър не може все още да бъде определен стриктно като независим журналист и издател, тъй като финансово разчита на субсидии от правителството. Но той е силно критичен към управлението на Джордж III и получава редица санкции за това. Още през втората година на изданието той е глобен от кралски съдия 150 паунда, втора глоба от 50 лири и година затвор в Нюгейт му е присъдена заради публикация в която се твърди, че трима херцози, роднини на краля, са били неискрени в привидната си радост, че кралят се е възстановил след сърдечен удар през 1788 г. Тъкмо се е появила възможността да бъде заменена едногодишната му присъда с едночасов престой на позорния стълб на „Чаринг крос“, му е наложено ново наказание – една година затвор към предишното наказание и да изплати по 100 паунда глоба на обидения принц на Уелс, на херцога на Йорк и на херцога на Кларънс, който пък е бил изобличен, че е напуснал военноморската база без разрешение.



Джон Уолтър прекарва 16 месеца в затвора и е освободен заради влошено здраве по искане на принца на Уелс.

Сред първите журналистически успехи на „Таймс“ са поместеният през 1788 г. парламентарен отчет в четири колони за важен дебат, продължил до 7 сутринта, кореспонденциите за репресиите във Франция през 1792 г., кореспонденциите за екзекуциите на крал Луи XVI и кралица Мария Антоанета. За седем години вестникът достига големия за времето си тираж от 3 000 екземпляра като продължава да го увеличава и едновременно с това повишава цената си на 4 пенса, цена немислима за онова време „от никой сутрешен вестник и при никакви обстоятелства“. Вестникът трайно разчита на бързата и подробна външнополитическа информация.

На своята петнадесетгодишна изданието публикува дълъг списък със събития на континента, които „Таймс“ пръв сред конкурентите е отразил. Джон Уолтър не само е получавал субсидии (и шамари!) от правителството, той прави това, което днес може да бъде определено като журналистическо изнудване, което е било обичайно за 18 век. Дори официалната история на вестник „Таймс“, писана през 19 век, признава този факт. Скрупульозният историк отбелязва, че Уолтър е вземал определена такса, за да премахне неудобни или обиждащи дадени персони пасажии. Специално изпратен агент е предупреждавал за готвената публикация и е давал шанс срещу определена такса скандалните параграфи да не бъдат отпечатвани. Ако потенциалната жертва не е била открита навреме преди публикацията, след нейното отпечатване пък се е изпращала своеобразна разпечатка с напомняне, че вестникът винаги ще намери място да публикува „изявление“ или опровержение. Този подготвен текст не се е отпечатвал, докато не се разбере със сигурност, че „таксата за опровержение“ вече пътува към редакцията.

Интересът към световните събития расте. Несполуките на политиката на крал Джордж III в Северна Америка, където английската армия търпи позорно поражение от малочислената, но борбена въоръжена милиция на североамериканските заселници, включването на кралска Франция на страната на прокламиралата се за федеративна република Съединени щати, кървавите перипетии на Великата френска революция от 1789 г. – всички тези събития изострят поляризацията в самата Англия и превръщат експресно доставената международна информация във все по-търсен информационен продукт. Издателят на всекидневника „Морнинг кроникъл“ („**Morning Chronicle**“, „Сутрешна



хроника“) Джеймс Пери заминава за Франция, за да може да проследи трескавата динамика на революционните събития в Париж.

Роденият в Шотландия Джеймс Пери (1756-1821 г.) наистина превръща залязващия „Морнинг кроникъл“ в проспериращо издание. На 21 години той идва в Лондон и работи като автор в „Дженерал Адвъртайзър“ и „Лъндън Ивнинг Поуст“. Енергичен, трудолюбив и изобретателен, той хвърля своите усилия в репортерството и вестникарския мениджмънт. Прочува се с осемколонните си всекидневни репортажи от заседанията на военния съд срещу двама адмирала и вдига тиража на „Дженерал Адвъртайзър“ за всеки отделен брой с поместени негови репортажи. През 1782 г. Пери планира и издава една година списанието „Юропиън Мегъзин“ („European Magazine“, „Европейско списание“), но след това е поканен да оглави „Газеттиър“ („Gazetier“, „Вестникар“). Пери създава първия репортерски екип, който да отразява изцяло и комплексно парламентарните дебати до броя от следващата сутрин. Това нововъднение, революционно за времето си, нанася удар по престижа на енергичния и популярен редактор на „Морнинг кроникъл“ „Мемъри“ (Памет) Уудфол, който продължава самоотвержено да работи сам и да се опита да насмогне на нововъвеждащите се принципи на журналистическа организация. Партньорите във вестника предпочитат да следват примера на Пери и създават собствен конкуриращ екип от парламентарни репортери. Обиден и огорчен, Уудфол скъсва с доскорошните си съдружници и напуска, за да създаде нов вестник с краткото и ударно заглавие „Дайъри“ („Dairy“, „Дневник“).

През 1789 г. „Морнинг кроникъл“ е обявен за продан и Пери го купува срещу заем от банкери от 500 лири, който е осигурен от популярния винотърговец Белами, който между другото е бил и шеф на портиерите в парламента, познанство, което после много подпомага дейността на комбинираните парламентарни екипи. Като съсобственик се включва и един състоятелен училищен директор, който дейно участва в списването на вестника в първите години.

Ръководството на Пери доказва колко важна е ролята на главния редактор и на собственика на изданието. Вестникът бързо придобива популярност, става главният орган на партията на вигите и поради контактите на Пери с най-влиятелните мъже на онова време той придобива ореола на най-добре информираното издание. Едногодишният престой на Пери във Франция му дава ясна, точна и от непосредствена близост представа за характера, факторите и насоките на френската революция, прави го ценен събеседник за мнозина в Англия, които искат да си обяс-

ният събитията по-детайлно и със свидетелства от първа ръка. Това позволява на Пери да привлече към своето издание известни автори като Джеймс Макинтош, популярния полемист и политик Р. Шеридан, поета и есеист С.Т. Колридж, хумориста и литературен критик Чарлз Ламб, театралния критик Уилям Хазлит.

Пери, също като Джон Уолтър, страда от репресиите на властите. През декември 1792 г. „Морнинг кроникъл“ публикува обява за обръщение, прието на заседание на едно политическо дружество през предишния месец юли. Специалното съдебно жури, след 5 часови дебати, излиза със становището, че е „виновен заради публикуването, но че това е без злоумисъл“. Недоволният от това решение съдия връща журито обратно да заседава и в 5 часа сутринта те стигат до решението, че Пери е невинен. През 1798 г. лорд Минто обръща внимание на саркастична забележка на вестника спрямо Камарата на лордовете, че там се обсъждат незначителни проблеми като костюмите на оперните певци, а друг лорд се разгневява срещу скандалното издание и заявява, че няма да допуска Пери в дома си. Въпреки страстната защита на влиятелния лорд Дерби, че вестникът разкрива скандалните престъпления на истинските рушители на морала Камарата на лордовете с 69 гласа „за“ срещу едва 11 постановявя 50 лири глоба и три месеца затвор за Пери и за печатаря на вестника. Престоят на Пери в затвора не го обрича на самота и изолация Той е посещаван от многобройните си приятели и след освобождаването му те устройват истинско празненство в известна лондонска таверна. Заради влошено здраве Пери се оттегля от непосредственото ръководство на изданието като запазва общия контрол. След смъртта му изданието е оценено на 42 хиляди паунда и още приживе той е наследен на поста от Джон Блек, който става главен редактор през 1817 г.

Шотландецът Джон Блек, син на амбулантен търговец, заема от 13-тата си до 27-та си година различни църковни длъжности, като едновременно с това посещава университетски курсове в Единбург. Познавач на гръцки и латински още от енорийското училище, той овладява немски и италиански и сътрудничи с преводи на „Единбург Енциклопидия“ („Edinburg Encyclopedia“, „Единбургска енциклопедия“) и „Юропиън Мегъзин“. През 1811 г. се установява в Лондон и работи като репортер под ръководството на Пери като превежда много чуждестранни кореспонденции, както и литературни преводи от немски и италиански. Като редактор Блек е изключително последователен в исканията си за реформи, храбър и непоколебим, когато трябва да защитава непопулярна, но справедлива или основателна кауза. Той не се колебае, когато

трябва да критикува кралица Каролин, любимка на обществото през този период. Заради тази му позиция спада интереса към неговия вестник, лондонски шайки от разглезени контета го заплашват с линчуване. Джон Стюарт Мил, известният теоретик на либералната икономическа школа, който познава Блек като близък до неговия баща, обобщава, че *„Блек е първият журналист, който пренесе критицизма и духа на реформите в дебрите на английските институции...* Още в началото на дейността си като редактор той започна голяма битка за свободата да се отразяват чрез репортажи предварителните изслушвания в полицейските съдилища. Той отстоя своята позиция и победата бе пълна. Друга област, в която неговите публикации бяха от голяма полза бе отвоюваното право на пресата да коментира религиозните въпроси.“ Затруднен от нестабилното финансово положение на сменящите се собственици на „Морнинг кроникъл“, Джон Блек е известен с острия си език, предизвикателно държане и избухливост, често стигащо до разрешаване чрез дуел. Едновременно с това той си спечелва много приятелства. Когато се оттегля от главното редакторство поради спада на тиража на „Морнинг кроникъл“, един от събралите се негови приятели, които организират фонд, за да му откупят годишна рента, е известният писател Чарлз Дикенс. Работил като репортер за вестника, той си спомня за „добрия стар Блек“ като за „първия си и най-искрено сърдечен почитател“. Показателна е и гордостта, която Джон Блек изпитва от своята работа. Когато неговият дългогодишен личен приятел министър-председателят лорд Мелбърн отбелязва, че Блек никога не го е молил за нищо и че ще се радва, ако може с нещо да му помогне, Джон Блек му отговаря, че е редактор на „Морнинг кроникъл“, че обича своята работа и че живее щастливо със своите доходи. Премиерът му отвърща с реплика, която става много популярна: „Тогава, боже мой, аз ви завиждам и сте единственият човек, към когото изпитвам завист.“

Успехът на Джеймс Пери при възраждането на „Морнинг кроникъл“ е повторен от Даниъл Стюарт в друг сутрешен всекидневник „**Морнинг Поуст**“ („**Morning Post**“, „Сутрешна поща“). Той закупува „Поуст“ през 1792 г. само за 600 паунда, защото вестникът е буквално пред закриване. Собствеността се изразява в една средноголяма къща, печатницата и правата върху названието на вестник, който практически е дискредитиран. Малко преди това вестникът е осъден да плати крупна глоба от 4 хиляди паунда заради шокираща обида на дама от висшето общество и тиражът е спаднал до 350 екземпляра на ден.

Даниъл Стюарт (1766-1843) е роден в Единбург, Шотландия в многолюдно семейство и на 12 години е пратен при по-големите му братя в Лондон, които се занимават с печатарство. Единият от тях основава през 1788 г. вестникът „**Морнинг Стар**“ („**Morning Star**“, „Утринна звезда“) и от него Даниъл поема отпечатването на „Морнинг Поуст“. Даниъл Стюарт се сближава с младите виги и най-вече с мъжа на сестра си Джеймс Макинтош, ръководител на „Обществото на приятелите на народа“, чиято цел е да предизвикат парламентарни реформи. Стюарт поема цялостния контрол върху издаването и отпечатването на „Морнинг Поуст“ и привлича блестящи интелектуалци и литератори от обществото на вигите в своето издание. Сред тях са поетът Колридж, политикът Шеридан, критикът Чарлз Ламб, видните поети от „езерната школа“ У. Уърдсуърт, Р. Сауди. Стюарт разчита на литературни творби и на разнообразни по тематика и четивни като стил публикации, които да забавляват публиката и да ѝ предлагат нещо повече от „жестоката политика“. Той не отрича изцяло занимаването с политика, самият той е твърде радикален в младостта си, макар и да преминава на по-консервативни позиции след проследяването на перипетиите на Френската революция, нещо, което правят почти всички негови съвременници. Но хуморът на театралния критик Чарлз Ламб, ситуационен и обвързан с времето си и трудно разбирам по-късно заради блестящите си алюзии с актуални жестове и фрази, съчетан с литературния блясък на Уърдсуърт и Сауди дава основание на Колридж да отбележи : *„Внезапният и необичаен скок в продажбите на „Морнинг Поуст“ е достатъчен залог, че последователната безпристрастност съчетана с респектираща порция литературен талант ще осигури успеха на вестник без да е нужна подкрепата на партия или министерски патронаж“*. Отстояването на независима позиция обаче става в условията на остра конкурентна борба. През 1796 г. „**Телеграф**“ („**The Telegraph**“, „Телеграф“), конкурентен сутрешен вестник, обвинява „Морнинг Поуст“, че му е подхвърлил изфабрикуван френски вестник, в който уж били поместени предварителните договорки за споразумения между воюващите по това време австрийска империя и френската република. „Телеграф“ възприема пратката като истинска и отпечатва измислените новини, което се отразява на репутацията и на бъдещото му разпространение. Присъдено е „Поуст“ да изплати 1 000 паунда на подведения конкурент, когато 2 години по-късно Стюарт ще изкупи и ще го включи в своето издание като тематика и аудитория. Близо 140 години по-късно едно друго издание, с наподобяващо заглавие „**Дейли телеграф**“ („**The Daily Telegraph**“,

„Сутрешен телеграф“) ще погълне „Морнинг Поуст“ и ще го остави в подзаглавието си, за да може да твърди, че е сред старите английски всекидневници. Освен „Телеграф“ Стюарт изкупува и „Газетигър“, „Вестникар“, стар лондонски всекидневник и така повишава и съдържанието и разпространението на изданието си, което достига 4 500 тираж, постижение за онова време на скъпи вестници. Изданията се оскъпяват тъй като през 1800 г. правителството на премиера Уилям Пит вдига данъка върху печата на три пенса. Стюарт избира лаконичната като форма и правно неатакуема форма на протест. Върху всеки брой се отбелязва новата цена: „Цена – 6 пенса. Цена през 1783г. – 3 пенса. Таксувано от Мистър Пит – 3 пенса“. Освен че трансформира едно полумъртво издание в проспериращо, Джон Стюарт осъзнава една истина, позната едва на вестникарските издатели от 20 век – значението на малките реклами и обяви за повишаване на доходите и разпространението. Обявите привличат читатели, увеличават разпространението, а разпространението привлича обяви. Убеждението му е, че малките и разностранни обяви трябва да се сигнализират още от първата страници и че колкото разнообразни са те, толкова по-широк спектър от аудиторията ще привличат и ще засилват трайността и независимостта на самото издание.

Джон Стюарт продава през 1803 г. „Поуст“ за 25 хиляди паунда и се концентрира върху евтин вечерен вестник, струващ едва 7 пени „**Куригър**“ („**Courier**“, „Куриер“), който е закупил през 1796 г. В новото издание той отново привлича Колридж и Уърдсуърт за сътрудници и успява да увеличи бързо тиража на изданието от 1 500 на 7 хиляди екземпляра като за първи път започва да издава и второ издание на вечерния си вестник, за да улови последните новини. Именно в това издание през 1815г. с каскадни заглавия и 13 реда официално комюнике от резиденцията на премиера на ул. „Даунинг стрийт“ №10 и с писмо на висш офицер с подробности от битката, първо се съобщава за великата победа на английската армия край Ватерло, когато е сразена мощта на Наполеон Бонапарт.

Истинският възход на „Таймс“ и превръщането му в независима от правителството и от субсидиите му журналистическа институция става по времето на Джон Уолтър Втори и изборият от него за главен редактор Томас Барнз. Младият Джон Уолтър Втори идва във вестника на 21 години през 1797 г., но поема пълния контрол върху вестника едва през 1803 г., след незаинтересоваността и финансовия провал в ръководенето на вестника от по-големия му брат. Старият Уолтър също е раздразнен от пристрастността на сина си към всекидневния журнализъм

и изисква от него да обръща повече внимание на печатарския и издателския бизнес, които, според преценката на основателя на фамилията бизнес, са били по-доходни, по-сигурни и перспективни. Три години след като е поел вестника младият мениджър демонстрира независима линия спрямо правителството, отказва субсидии от администрацията и започва да печели обществена подкрепа и читатели именно заради своята независимост и безпристрастност.

Една от първите му битки е с държавната пощенска служба, която има пълен монопол върху новините от чужбина. Издателите на вестници били принудени да плащат по сто гвинеи годишно за резюмирани преводи от континенталните издания, получавани два пъти седмично в редакциите. Подкупни пощенски служители обаче измъквали новини от кореспонденцията на „Таймс“ и ги препращали към съперничаещи му издания. Уолтър, вече създал своя кореспондентска мрежа на континента, така е бил атакуван в едно от неговите големи предимства. Той е използвал получаваните бюлетини само за справка и проверка на точността на превода. Отмъстителните пощенски служители обаче започват да отварят, да бавят или да пращат на погрешен адрес писмата до „Таймс“. Тогава Уолтър предупреждава своите представители в Европа и Америка да изпращат кореспонденциите си до непознати за пощенците адреси на търговски фирми. Когато през 1805 г. властите спират и конфискуват вестниците и пощата, предназначена за „Таймс“, а остават пратките за другите вестници да минат безпрепятствено, на протеста на вестника защо се облагодетелстват останалите издания, отговорът на генералния пощенски началник е, че улесненията са предназначени само за тези, които поддържат правителството. Разкритията за злоупотреби на пощенски и министерски служители водят до нови глоби, но публикуваните през 1807 г. на цяла страница разкрития за поведението на пощенските служби шокират страната и дори сезираният от чиновниците главен прокурор не намира основание за санкции срещу вестника.

След смъртта на основателя на вестника Джон Уолтър, синът му трябва да продължи семейното предприятие като обръща повече внимание на печатарския бизнес. Именно така „Таймс“ запазва първенството си във въвеждането на техническите нововъведения. През 1814 г. е инсталирана първата, задвижвана от пара печатарска преса, през 1827 г. – преса с 4 цилиндъра, която отпечатва по 4 хиляди екземпляра в час от плоски форми, а през 1847 г. – първата ротационна преса, изобретена от инженерното бюро, работещо за семейното предприятие.



Особено трудно е въвеждането на парната преса през 1814 г., защото е силен страха от проява на „лъдизъм“ – по името на легендарния Джон (Нед) Лъд, който счупил тъкачния си стан в знак на протест срещу въвеждането на машините, които намаляват шансовете му да си намери работа и е последван от масови стихийни бунтове на протест срещу техническите нововъведения. Джон Уолтър Втори лично наблюдавал първото отпечатване на вестника с парната преса като е наредил да се съберат недоволните от наборния цех, на които предстояли съкращения. Предлогът е извънреден набор на новини от континента. На сутринта Уолтър им съобщава, че „Таймс“ е вече отпечатан „чрез пара“ и обещава, че ще плаща заплата на всеки съкратен докато си намери нова работа. Не така постъпва друг собственик на „Таймс“ – Рупърт Мърдок, който през 80-те години на 20 век въвежда компютризирания набор. След протестите на печатарските работници, Мърдок обявява локаут и уволнява всички, като спира отпечатването на вестника за 8 месеца – безпрецедентен случай в близо двувековната история на изданието.

Една от трудностите на Джон Уолтър Втори е да намери подходящ главен редактор. Той изпробва неколцина: външнополитически кореспондент, колумнист, автор на уводни статии, който успява да го скара с половината лондонско общество, докато привлече младият театрален критик и парламентарен репортер, сътрудничил на „Екзаминър“ Томас Барнз през 1817 г. като главен редактор. Вестникът все още излиза в четири страници, голям формат, разпространява около 7 хиляди екземпляра дневно и струва 7 пенса. Две години по-късно Уолтър окончателно се оттегля в провинцията, за да води живота на провинциален джентълмен, убедил се в балансираната преценка и административния капацитет на Барнз, който за четвъртвековното си редакторстване превръща вестник „Таймс“ в могъща национална институция, определяна от един неин автор Едуард Стърлинг като „Гръмовежецът“ като се прави аналогия с древногръцкия главен бог Зевс – държател на мълниите и гръмотевиците.

Либералната ориентация на Томас Барнз скоро се пренася и на страниците на „Таймс“, традиционно поддържащ консервативните идеи, но не винаги точно линията на партията на торите. Това проличава при описанието и оценката на така наречената „битка при Питърло“, окървавено събрание на „Сейнт Питърс фийлд“ – Манчестър, което съвременниците контаминират с битката при Ватерло заради безогледната намеса на кавалерията, посякла 11 и ранила повече от 60 демонстранти, дошли да изслушат речта на радикалния реформатор Хенри



Хънт. „Таймс“ първоначално се противопоставя изобщо на свикването на събранието, предполагайки възможността от избухване на безредици. Но след като 30-хилядно множество е разгонено по такъв безогледен начин, вестникът помества 7 колонен преглед на случилото се и изключително остър коментар, в който се казва, че ужасяващият факт, че „почти стотина невъоръжени поданици на краля са посечени от кавалерията по улиците на града, който повечето обитават и в присъствието на тези магистрати, чийто клетвен дълг е да защитават и пазят живота и на най-бедния англичанин“. Поместена е и подробна сводка за проведеното следствие с изясняване на виновниците за гражданското клане. „Таймс“ се противопоставя и на нови репресивни закони, ограничаващи пресата, така наречените „Шест закона“, солидаризира се с обществените настроения на подкрепа към кралица Каролин по време на процеса срещу нея и, според свидетелство на съвременници, това почти удвоява тиража на „Таймс“ – от 7 на 15 хиляди, докато конкурентът му „Морнинг поуст“ е обект на заплахи, нападение на сградата от побеснялата лондонска тълпа.

Томас Барнз превръща „Таймс“ в истински изразител на общественото мнение. Той разполага кореспонденти в различните райони на страната и техните сведения му позволяват да отчита всеки нюанс в обществените настроения. Освен това той е първият, който започва да насочва специфична информация за отделните социални групи с оглед на техните потребности, интереси и предпочитания. Той влияе на цялата нация чрез всекидневно подготвяните уводни статии и поощрява читателите да комуникират активно с редакцията като фиксират своето мнение чрез страницата с писмата до издателя като я превръща в една от най-важните секции на вестника. Барнз превръща вестника в институция, която е независима, отговорна, неперсонализирана като вестникът предпочита достойната анонимност и на главния, и на другите редактори, знаещи много добре, че всички влиятелни хора в кралството започват деня си с прочита на уводната статия на „Таймс“, за да се ориентират в обществените настроения и да предприемат съответните контрамерки. Властниците се опитват да се противопоставят на влиянието на вестника като оказват подкрепа на поизостаналия му конкурент „Морнинг кроникъл“, който публикува памфлети, скалъпени обвинения в недоброръчително отразяване на публичното поведение на премиера. Особено силно проличава влиянието на „Таймс“ при идването на власт на правителството на вигите през 1834 г. с премиер либерално настроения Робърт Пийл, който посъветван от сподвижници,

предварително очертава програмата си и предлага на Томас Барнз да му осигури публична подкрепа за подготвяните реформи, без да предлага никакви финансови и лични облаги на главния редактор на „Таймс“. Меморандумът му е приет от Барнз и през следващата година стриктно спазван от двете страни. Когато правителството пада, премиерът Пийл праща благодарност на Барнз, в която подчертава, че „подкрепата е била по-ценна, защото е била безпристрастна и преценяваща“. В отговора си Томас Барнз пише, че „подобно признание е единственото, което един Независим Журналист трябва да очаква от всеки Министър. Такива взаимодействия са, според скромното ми мнение, полезни както за Правителството, така и за Пресата на тази Страна, защото те показват, че всеки е движан от мотиви, които, дали са в добра или лоша посока, са били най-малкото личностно чисти“.

През 40-те години на 19 век „Таймс“ е вече влиятелен 8-страничен вестник, с голям формат и с приложение от 8 страници, което да поема растящата реклама. Тя отдавна трайно се е настанила на вестникарските страници на изданието и е един от факторите, гарантиращи неговата независимост. Първата реклама на цяла страница се появява през януари 1829 г. Тя е рекламно обявление, което всъщност представлява поданическо обръщение към новия крал Уилям IV на търговци, банкери, фабриканти, а най-пространното рекламно съобщение от 9 вестникарски страници датира от 1910 година и е посветено на мексиканските съкровищни бонове.

Смъртта на Томас Барнз не спира възходящото развитие, но нейното отбелязване във вестника е показателно за съзнателно търсената анонимност от изданието. В поредния брой, в рубриката за „Раждания, Бракосъчетания и Смърт“ има само един ред, че „на 56 годишна възраст, в дома си, в Сохо, е починал ескуайърът Томас Барнз“. Едва на следващата година при споменаване на името му по друг повод, ще бъде отбелязано, че е бил „джентълмен свързан с нас“ и „че са били високо ценени услугите му“ за вестника.

Наследникът на Томас Барнз Джон Тадеус Дилейни (1817-1879) е добре познат още като момче на Джон Уолтър Втори, тъй като баща му е бил юридически и финансов съветник в компанията, а самият Дилейни първоначално е изпробван като парламентарен репортер и административен помощник на собственика. Джон Уолтър Втори спира избора си на Дилейни малко преди да почине и да бъде наследен от сина си, също Джон, въпреки, че в последната година бащата на Дилейни е участвал в съмнителни финансови комбинации, нанесли загуби на фирмата.

Независимо от голямото влияние, което има върху облика на вестника, Дилейни не подготвя сам уводните статии в качеството си на главен редактор. Той е изключително контактен, обществено активен и силата му е в общуването с влиятелните хора на неговото време, в редактирането, подбора, дискусиата върху подготвените текстове, но самият той рядко се изявява като автор. Той създава много силен екип като подбира внимателно отделните автори, а сам се заема с набирането на информация за вземането на ключовите редакторски решения и поддържа кръг от влиятелни приятели от всички кръгове – членове на кабинета, на кралския двор, на парламента, на посланиците, на епископите, на лидерите на мението в отделните обществени среди.

В писмо до кралица Виктория през 1854 година лорд Ръсел предупреждава, че „информация, която „Таймс“ притежава засяга най-секретните дела на държавата и тя е убийствена, унижителна и необяснимо как е получена“.

Както язвително отбелязва един съвременник, който откровено не обича Дилейни, той е навсякъде, винаги обядва с някакви хора и всички те, освен него, са „или посланици, или министри от кабинета, или епископи“. „Вписването“ на Дилейни в социалния пейзаж на елита не само му дава първостепенна по важност информация, позволяваща му да взема бързи, интуитивни и адекватни решения по отношение на изработването на позицията на вестника по протичащите събития, но и засилва самочувствието на подчинените му. Както отбелязва гордо един от тях, видях го да язди по „Уайтхол“, а „до него да подтичват по един херцог от всяка страна“. Когато през 1854 г. лорд Дерби иска да узнае как така „Таймс“ публикува ултиматума към Русия по повод на Източната криза, която ще доведе до Кримската война, който е секретен документ и още не е предявен на самата Русия, отговорът на „Таймс“ е категоричен – „ние сме отговорни пред английския народ“, не пред някакъв си лорд Дерби и някаква си Камара на лордовете, „отговаряме само пред народа на Англия за точността и верността на документи, които сме решили, че е подходящо да публикуваме.“ По-късно при последващата атака, когато лорд Дерби изисква от медиите да проявяват същата морална отговорност като държавниците, защото „претендирали да направляват общественото мнение“, тогавашният екип на „Таймс“, дирижиран от Дилейни, ще отговори отново в смисъл „нашата задача е да информираме общественото мнение, а вие като правителство се поставайте да си пазите секретите“. Дебат, който все така е останал непреходен, когато държавни институции сгафят сериозно и се опитват да очер-

нят „лошите медии“ – в САЩ – „Докладите на Пентагона“, Уикилийкс, „Иран-контри“, в Германия – аферата „Щраус“ и преследването на списание „Шпигел“, „черните“ партийни каси във Федералната република Германия, в България – „оня списък“, аферата „Батко и братко“, аферата „Мишо Бирата“ и т.н.

Две уводни статии на „Таймс“ от 6 и 7 февруари 1852 г. дават категоричен и убедителен отговор на samozабравилите се властници, валиден и до днес. Ще си позволя да го цитирам по-подробно:

*„Пресата живее чрез разкритията: което премине в нейно владение вече става част от знанието и историята на нашето време – то е злободневно и винаги кореспондиращо с просвещаващата сила на общественото мнение, което осмисля, ако е възможно – хода на събитията като стои на прибоия между настоящето и бъдещето и продължаващо своето проучване до края на света.*

Задачата на държавника е точно обратната. Той внимателно пази далеч от обществен взор информацията за това, кое определя неговите действия и мнение, той запазва за последния момент съобщаването на оценките си за текущите събития и ги фиксира в банален или обичаен изказ, той стриктно се придържа, ако е мъдър, към практическите интереси на своята страна или към тези, които непосредствено ще се възползват, той не залага хазартно на бъдещи печалби от бъдещето и концентрира в своите собствени прояви цялата тази власт, която пресата иска да разнесе по света. Задачата на единия е да говори, на другия – да бъде мълчалив“.

Големият час за Дилейни и неговият екип е по времето на Кримската война, когато кореспонденциите на първия военен кореспондент Уилям Хауърд Ръсел (1820-1907) разказват за перипетиите по време на войната – за гибелта на леката кавалерийска бригада при Балаклава, край Севастопол, поради глупостта на главнокомандващия лорд Раглан и неговия щаб, за неподготвената медицинска служба, за безредиците и хаоса в съюзническите армии, наели се да съхранят позициите на Османската империя в Черноморския басейн. Когато излизат разкритията на Уилям Ръсел, министърът на войната на Великобритания се надява, че възмутената армия ще линчува кореспондента, който е в нейните редици. Но не става така. Откровените му разкрития разтърсват страната. Както отбелязва външният министър и „три спечелени сражения не могат да върнат авторитета на закъсалата армейска върхушка“. По-късно той сам признава, че именно разкритията на кореспондента на „Таймс“ Ръсел повдигат завесата и информират шокираното английско обще-

ство и дори министерския кабинет, заблуждаван иначе от ловките военни администратори. Ръсел отразява и други войни на 19 век – Американската гражданска война 1861-1865 г., Германо-австрийската 1866 г., Френско-германската от 1870-1871 г., но никога вече изключителното му трудолюбие и пословичната педантична безпристрастност не предизвикват такъв обществен отзвук.

Растящата независимост на пресата естествено дразни властниците. Но в „Таймс“ Дилейни продължава отвоюваните позиции от Джон Уолтър Втори и Томас Барнз. Нещо повече. В статия от 6 декември 1858 г. е изнесена блестяща защита на свободната преса. В нея се казва: *„Свободата на мисълта и словото е истинския въздух, който един англичанин диша от рождението си, той не може да приеме да живее в друга атмосфера. Не може щом веднъж сте разрешили тази свобода да ограничите границите на нейното приложение. Принципът трябва свободно да се прилага, иначе той умира. Няма средно положение. Фатално ще бъде да се каже: „Обсъждайте вътрешните дела, но не и чуждестранните.“* Ограничената по този начин преса ще загуби импулса на тази всеобщата подкрепа, необходима, за да съхрани духа си. Всяка публикация в английски вестник говори на целия свят, в това е нейната сила, тя живее чрез тази си универсалност, тази мисъл придава сила на съзнанието, повдига духа и стимулира стремежа към обективност, засилва твърденията, намира епитета и изостря аргументите. Не ще може да се говори и с половината сила по вътрешните дела ако се мълчи по чуждестранните, както не може да се лети с прибрани криле, така и не може да се постигне целостта на представяното и то ще престане да бъде истинско изображение на света.“

Дилейни се оттегля от ръководството на „Таймс“, както и Томас Барнз, и Джон Уолтър Втори, ненавършили 60 години, но изтощен, физически съсипан и изцеден от пренапрежение. Две години по-късно той умира, оставяйки обаче образец на главен редактор, истински лидер на общественото мнение в страната и в сферата на политиката и в редица аспекти на обществения живот. Както свидетелства преподобният Хенри Уейс, един от авторите на уводни статии, който подчертава владеещото на тайните на вестникарството в неговите детайли и в цялостното му въздействие. Той обрисова Дилейни така: „... Той четеше всичко, което трябваше да се появи във вестника на следващата сутрин и го редактираше така, че цялото да бъде в хармония и пригодно да предложи на общественото съзнание една ясна представа... вестникът всяка сутрин не беше просто сбор от парченца новини от всички части на

света, от различни мнения и от различни, по-ценни или по-малко есета. Вестникът бе сводката на мистър Дилейни за публиката с новините за деня, интерпретирани от мнението на мистър Дилейни и направлявани от принципите и целите на мистър Дилейни“.

Извоюваният авторитет на „Таймс“ основателно му дава правото да бъде смятан като първопроходец на качествения, елитен печат в света. В своята многовековна история той демонстрира качества, които могат да се разглеждат като емблематични за качествената преса. Вестник „Таймс“ е финансово стабилен, което му позволява след първите години на утвърждаване да бъде финансово и социално независим като не се влияе от държавната или партийна подкрепа, както и от колебанията на читателския и рекламния пазар. Богатството на фамилията Уолтър позволява на вестника да прави пионерски технически нововъведения – парната преса през 1814 г., ротационната машина през 1846 г., произвеждаща по 4 хиляди копия на час и позволяваща да се увеличи времето за редакционна подготовка на изданието и така да се увеличи обемът на уловените новини и придружаващите ги експресни коментари.

Втората характерна особеност на вестника е демонстрираната стабилност в преценките, постигана чрез привличането на известни и талантиливи журналисти, мнозина от тях признати като експерти в областта на международните дела, военните действия, парламентарния живот в страната.

Вестник „Таймс“ демонстрира сдържаност в езика и стила на списване. Езикът е дипломатичен, но язвителен, когато се налага, точен и пестелив в описанията, балансиран в представянето на различните гледни точки. Характерното за вестника е целенасочено търсената анонимност. До средата на 60-те години на 20 век „Таймс“ не подписва авторските публикации въпреки, че в карето изрично са посочени работещите в съответните отдели. Целта е да се подчертае, че говори не отделния автор, а институцията „Таймс“.

Изданието е прочуто със своя графичен консерватизъм. Всеки негов читател знае къде какво може да намери, а обликът на първа страница не се променя повече от 150 години. Показателен е случаят в края на Първата световна война през 1918 г., когато идва вестта за сключеното примирие с Германия. Структурата на първата страница не се променя, новината е разположена в съответния отдел за международни новини във вътрешността на вестника, въпреки всеобщия интерес за края на продължилата пет години световна война, в която Великобритания и нейните съюзници са загубили милиони убити и ранени. При оформ-



лението до 60-те години на 20 век са валидни предпочитанията към съдържаното графично оформление – семпли заглавия до 2 колони, отсъствие на илюстрации, а неизменните тематични приоритети на първа страница са новини от двореца, новини от аристократичните среди – сватби, годжежи, празненства, погребения, съобщения за големите конни надбягвания. Допустими реклами за първа страница са само за книги, чай и тютюн за лула, придружени от няколко отправки за водещи публикации до логото на вестника.

„Таймс“ утвърждава и ясното тематично разграничение – оформят се секции за политика – вътрешна и международна, икономика, изкуство, религия и начин на живот. Едва в началото на 20 век, когато фамилията Уолтър е принудена да се откаже от монопола си и привлича нови акционери се появява и темата за спорта и то до 30 –те години той е предимно представен от „аристократичните“ спортни прояви – тенис, крикет, поло, конни надбягвания.

При подбора на информацията стриктно се спазва правилото да се публикуват само факти, които са подкрепени от два независими един от друг източника като по този начин се избягва опасността от информационно замърсяване и самоманипулация на журналистите. Изисква се още ясно разграничение на факта от мнението, на новините от коментарите като при цитирани оценки винаги се посочва от кого са изказани. Следва се принципът, че фактите са свещени, а коментарите са свободни и се конкурират по страниците на вестника. За съхраняване на плюрализма на гледни точки към вестника е създаден екип от коментатори (колумнисти), които имат чрез договор закрепена самостоятелност на оценката и гарантирана интелектуална независимост, която може да не следва редакционната линия на изданието.

Широката кореспондентска мрежа по света, съперническа по информираност и експертност с тази на дипломатите от Външното министерство (Форийн офис) е другата отличителна черта на „Таймс“. В историята на Европа и света остават имената на външнополитически кореспонденти като Хенри де Блаувиц, Антонио Галенга, отразяващи най-важните международни събития, вземащи интервюта от най-тачелните политически мъже на своето време. В историята на Балканите ще остане името на Джеймс Дейвид Баучър, кореспондент за Балканите, който избира София за своя резиденция и от 1887 г. до 1920 г. отразява, прогнозира, оценява събитията на полуострова. В множество кореспонденции, коментари, интервюта, пътеписи, той проследява пъстрата, противоречива съдба на балканските народи, съветва техните монар-



си, включително и българския цар Фердинанд, разяснява обективно на европейците сложната етнико-религиозна ситуация в региона и се превръща в действителен фактор в балканската политика. Според популярна шега за полуглухия ирландец, истински приятел на България и българите, се констатира, че „шум се вдига откъм Балканите – или се задава война, или пък някой местен владетел пита в слуховата тръба на Баучър какво да прави“. Баучър умира след сърдечен пристъп в хотел „България“ в София и всенародното му погребение съперничи по многолюдност с почитта към народния поет Иван Вазов. По негово желание Баучър е погребан край Рилския манастир, за да остане в земята на народа, който той искрено обича, смята за несправедливо наказан след Ньойския договор и високо цени.

„Таймс“ е блестящ пример за издание, което упражнява силно социално и политическо влияние във Великобритания и по света. През 19 и първата половина на 20 век той изразява мнението на „горните 10 хиляди“, които винаги са управлявали Англия. Популярен е случаят с неговите дипломатични, но категорични внушения от 19 век, когато вестникът отбелязва, че „премиерът е уморен и трябва да си почине“ и до седмица премиерът подава оставка заради риска да бъде бламиран в парламента от депутатите от собствената му партия. Така изданието служи като прецизен барометър за обществените настроения, позволява на елита да го използва като предпазен клапан при нараснало социално недоволство и го откроява като истински национален арбитър, неоспорима по своята авторитетност институция на Британската империя.

Въздействието на „Таймс“ в медийната среда е изключително. Изданието има много последователи в целия свят и появата на подобен тип качествена преса се смята за критерий за медийната зрелост на страната, която вече има достатъчно платежоспособна публика да поддържа подобно издание, която е и достатъчно грамотна, за да разбира значението на контролния механизъм, олицетворяващ общественото съзнание и управленска воля чрез обективна и независима медийна позиция. Вестници като „Таймс“ се появяват в САЩ през 1851 г. – „Ню Йорк таймс“, френския „Льо Тан“ – 1861 г., в Германия – „Франкфуртер цайтунг“ – 1856 г.

Разбира се, и на „Таймс“ не му се разминава без критики. В навечерието на 20 век известният писател Ръдиард Киплинг кисело ще отбележи, че уводните и редакционните статии на вестника са толкова скучни и протяжни, че на абонатите редакцията трябва да предостави и по един люлеещ се стол като компенсация за търпението, което полагат, за да ги

дочетат до края. Сарказмът е продължен и от писателя на колониалните нрави Съмърсет Моъм, който добавя, че е нужно и по един прилежен прислужник Джим, който да поднася добре изстудения следобеден аперитив на господаря. Анекдотът обаче е показателен за констатацията, че колониалните чиновници в обширната Британска империя са възприемали постепенното изчитане на пристигналите с близо месечно закъснение броеве на „Таймс“ като ритуал, доказващ стабилността и непоклатимостта на порядките в империята. „Таймс“ има неблагоприятното да се впусне в подробно и неделикатно описание на личния живот на ирландския национален герой Чарлз Стюарт Парнъл и неговите писмовни изповеди с омъжена дама като се принизява до равнището на появилата се вече сензационна преса и други двусмислени положения постепенно развенчават ореола на „Гръмовежда“ в началото на 20 век.

Спадналият авторитет и съответно тираж на „Таймс“ се възстановяват след като ръководството на вестника е поето през 1952 г. от сър Уилям Хейли, бивш генерален директор на Би Би Си, който в продължение на 15 години е начело на вестника и го синхронизира с новите обществени очаквания. Публикациите вече почват да се подписват, появява се илюстрацията на първа страница, уголемяват се заглавията, а на мястото на рекламните карета и обявленията, на които много е държал първосъздателят Джон Уолтър се появяват кратките новини. През 1966 г. „Таймс“ е купен от канадския комуникационен конгломерат „Томсън“, чийто президент лорд Рой Томсън дава големи права на редакционите екипи и на главните редактори Реджиналд Ризли-Мозг и Хари Евънс и не се меси в редакционната политика. Но през 1981 г. вестникът е продаден на компанията „Таймс Нюзпейпърс Лимитид“, дъщерна фирма на международния медиен гигант „Нюз Корпорейшън“, оглавяван от австралиеца Рупърт Мърдок. Той бързо променя посоката на редакционната политика, вестникът заема откровено консервативни позиции и подкрепя монетаристичната политика на правителството на Маргарет Тачър в нейната битка с профсъюзите и за налагането на сурови бюджетни рестрикции, които да „санират“ технологично изостаналата британска индустрия. Мърдок нарушава сключените преди това споразумения за ненамеса в редакционната политика и отстранява по-либералните редактори, независимо от професионалните им качества и обществено признание. Подобен е случая с Хари Евънс, главен редактор на неделния, либерално настроен „Сънди таймс“, който не приема диктата на Мърдок и е принуден да напусне заради допускането на критични нотки към вътрешната политика на М. Тачър. По-

късно „желязната лейди“ Тачър се отплаща на Мърдок като го подкрепя в битката му със силните печатарски профсъюзи. Мърдок преминава към компютъризиран набор и премества редакцията от традиционното място на „Флийт стрийт“ в Уопинг, доковете на Темза, където цената на земята е по-ниска и позволява разгръщането на оборудване, съобразено с най-новите технологии. През 2004 г. „Таймс“ изоставя характерния си формат, тип „голям вестник“ – „броудшийт“ и преминава към така наречения компактен формат, близък по големина до таблоида, но с по-сдържана графика и оформление с акцентни публикации, решено с повече въздух вместо натрапчивите колонлинии и цветни отправки на таблоидната булевардна преса.

В групата на „Таймс“ са и заглавия, които имат самостоятелни редакционни екипи като **„Таймс Литеръри Сьпльмънт“** (от 1902 г.), литературно-критическо издание, което прави седмичен обзор на световната научна, художествена и развлекателна литература с акцент върху англоезичната като откроява и процесите на духовния живот в света. През 1821 г. е създаден **„Сънди таймс“** („**The Sunday Times**“, „Неделни времена“), който първоначално е излизал под името **„Ню Обзървър“** („**The New Observer**“, „Нов Наблюдател“), за да наподобява на популярните по онова време издания тип „Обзървър“, но през следващата година придобива сегашното си име и завоюва трайна позиция сред аудиторията като неделно, четивно издание с по-либерална ориентация и днешен тираж около милион и триста хиляди. Има собствени приложения под формата на списания като „Култура“, „Стил“, „Обзор на новините“.

От отделните секции на основното издание на „Таймс“ също се оформят отделни приложения, които специализирано разработват определени тематични ниши като „Таймс 2“ („Times2“), излиза от 2005 г. с лайфстайл новини, програми на електронните медии, „Гейм“ („The Game“, „Играта“, изпълнено с футболни новини, „Нолидж“ („The Knowledge“, „Знание“), посветено на културни събития и духовни новости, „Мъни“ („Money“, „Пари“), разработващо финансови, инвестиционни, бизнес проблеми, развлекателното списание „Таймс Мегъзин“ („The Times Magazine“), специализирало се в светските новини и лайфстайл проблематиката.

## „ЗЛАТНАТА ЕРА“ НА БРИТАНСКИЯ ПЕЧАТ

Втората половина на 19 век често се определя от медийните историци като „златната ера“ за британския печат. Това е времето, когато пресата окончателно придобива модерният си облик като очертава всичките си основни характеристики като финансова стабилност, осигурявана от рекламните приходи, относителна независимост от преките политически въздействия и растяща арбитражна роля в обществото и до появата на електронните медии запазва функцията на основен посредник между политиките и електората, между властта и гражданските общности.

Десетилетията между 60-те и 90-те години на 19 век са белязани от индустриализацията, стопанския възход, засилената професионализация на пресата, повлияна от порасналите очаквания на електората, своеобразната кристализация на политически партии и организации, профсъюзи, групи за граждански и корпоративен натиск, лобистки центрове. Положително влияние оказват стопанските реформи през 60-те години на 19 век, образователният закон от 1870 г., технологичният напредък в печатарството и разпространението, базирано на добре развитата в страната ж.п. мрежа, развитието и разпространението на телеграфа и на информационните служби, позволяващи бързо да се събира и разпраща информация за събитията във всяка част на страната, а към края на века и към повечето региона на света. Порасналите доходи на населението, което обяснява и спадането на интереса към протестните движения на чартистите и трейдюнионите се отразяват благоприятно на продажбите на периодични издания. Движението на чартистите, движение за политически и социални реформи, стига своите върхове през 1832 г. и 1842-1848 г., когато успява да събере под две възвание до парламента, наричани „Народна харта“ (чартър – англ. – б. а.) милиони подписа под искането за равни изборителни права, промяна в районирането на изборителните окръзи, нормиран работен ден, пенсионни осигуровки и др., има своите периодични издания. Сред тях се откроява **„Нордърн Стар“**, (**„Northern Star“**, „Северна звезда“), започнал да излиза в Лийдс от 1837 г. и редактиран от големия политически трибун Фергюс О' Конър, който заедно с Джулиан Харни, Ърнест Джоунс и Уилям Ловет издават поредица от краткотрайни като продължителност, но изключително активни като пропагандистки стил и способност за мобилизация издания.

В средата на 19 век пресата става най-важния посредник в обмена на идеи в страната, тя обогатява своята тематична, стилова и дори

визуална палитра. Появяват се издания като седмичния развлекателен вестник с широк спектър **„Нюз ъв ди Уърлд“** („**News of the World**“, „Новините на света“) – 1843 г., продаван на толкова ниска цена, че разпространителите отказват първоначално да го приемат, първият изцяло илюстриран седмичник **„Илюстрейтид Лъндън Нюз“** („**Illustrated London News**“, „Илюстрирани лондонски новини“) – 1842 г., сатиричното списание **„Пънч“** („**Punch**“, „Удар“) – 1841 г., качественото седмично финансово-политическо списание **„Ди Икономист“** („**The Economist**“, „Икономистът“) – 1843 г., **„Дейли Нюз“** („**Daily News**“, „Всекидневни новини“) – 1846 г., редактирано от големия английски писател Чарлз Дикенс, ориентирани към по-широка публика издания като **„Странд“** („**Strand**“), **„Пал Мал Газет“** („**Pall Mall Gazette**“), списвани от големия журналист, преминал школата на качествената преса Уикам Стед и др.

Разширеният периметър на аудиторията към която вече се включват и по-слабо образовани прослойки налага и появата на евтината масова преса с развлекателно и сензационно съдържание, известна като „пени прес“. Неочаквано бързо дори за самите издатели се утвърждават издания като **„Пени Мегъзин“** („**Penny Magazine**“, „Списание за едно пени“) и **„Титс битс“** („**Tit-Bits**“, цялото име е **Tit-Bits from all the interesting Books, Periodicals, and Newspapers of the World**, „Скандални новини от всички интересни книги, издания и вестници на света“) на Джон Нюнес, който ги замисля като своеобразно „приложение“ към вегетарианския му ресторант, изпълнени със забавни случки, фокуси, откъси от развлекателните колони на вестниците, но постепенно и с позизненадващи и поучителни новини от страната и чудатости от света. Но във всичките си разновидности пресата по времето на викторианството, както се определя периодът на управление на кралица Виктория, известен с доминацията на протестантско религиозните ценности над светските, пресата играе по-скоро стабилизираща роля в обществото, интегрира социалните общности отколкото да ги противопоставя или разделя в името на гръмко афиширани каузи и политически принципи. Ценностно пресата толерира дидактичния, поучителен тон, громи порока и неговите носители, проповядва сдържаност, трудолюбие, упоритост, целомъдрие, постоянство, смиреност към християнските правила и подчинение на личния живот на декларираната обществено-религиозна норма.

Подобрените комуникации и увеличаването на образования електорат, порасналите възможности на средната и долната класа да задоволява своите културни потребности и да се включва по-активно в

политическата надпревара, променя и характера на изискванията към печата. В желанието си да увеличат тиражите и приходите си от реклами издателите на вестниците постепенно променят тематиката, стила на списване и графичните приоритети на своите издания. Расте значението на популярната преса, развиват се и множество регионални издания, които постепенно изместват провинциалните седмичници, обикновено контролирани от местните лендлордове и традиционно подкрепящи Консервативната партия. Между 1868г. до 1900г. провинциалните всекидневници се увеличават от 43 на 171, като после спадат до 121 през 1910г. През 1868г. 83,0% от тях излизат сутрин като с възхода на вечерната преса този процент пада до 38,0% през 1910 г. В края на 70-те години на 19 век Либералната партия доминира в провинциалната преса като постепенно е изтласквана от Консервативната партия, която по-късно осъзнава важността на пресата като активен политически посредник и предприема истинска офанзива, за да си възвърне загубените позиции. Подобна е и ситуацията в панорамата на лондонските издания, където либералите имат предимство пред консерваторите в ландшафта на сутрешната и вечерната преса чак до 1910 г.. Най-влиятелните либерални лондонски всекидневници са „Дейли Нюз“, „Дейли телеграф“, „Дейли кроникъл“, „Екоу“, „Пал Мал Газет“, „Морнинг Адвъртайзър“, докато консерваторите могат да разчитат на „Стандарт“, „Таймс“, „Морнинг Поуст“, „Глоуб“. В североизтока на страната основните вестници „Нордърн Дейли експрес“, „Нюкасъл Дейли кроникъл“ и „Нордърн Екоу“ са силно пролиберални, докато в Йоркшиър „Йоркшиър Поуст“ е обвързан с консерваторите и се противопоставя на влиятелния пролиберален „Лийдс Мъркюри“. В гъсто населения Ланкашиър „Манчестър Ивнинг нюз“, „Манчестър Гардиан“ и повечето вестници в Ливърпул са убедени привърженици на либералите. Подобна е ситуацията в Мидландс, където сред най-отявлените привърженици на либералите са влиятелните „Бирмингам Дейли Поуст“, „Нортхемптън Мъркюри“, както и водещите всекидневници и седмичници в западната част на страната и в най-източните графства.

Едва в края на 80-те години на 19 век консервативната върхушка започва да преразглежда политиката си спрямо провинциалната преса и се опитва да си осигури контрола или поне сътрудничеството на местните издания. Осъзнали грешката си консерваторите стават особено внимателни в своята политика спрямо местната преса. Първата пресагенция в Британия „**Сентръл Прес**“ („**Central Press**“, „Централна преса“), създадена през 1863 г. като пролиберална, е закупена 7 години



по-късно от състоятелни привърженици на торите. Отговорът на либералите не закъснява – те подпомагат организирането на „**Нешънъл Прес Ейджънси**“ („**National Press Agency**“, „Национална прес агенция“) през 1873 г. Но най-влиятелната сред провинциалните издания си остава формираната през 1868 г. „Прес асосиейшън“, декларираща партийна необвързаност, но тъй като е най-често ползвана от либералните издания, тя скоро е идентифицирана като пролиберална.

Избухването на Априлското въстание в България през 1876 г. предизвиква силния интерес на британския печат и води до истинска поляризация в обществото. Изследванията на британски историци показват, че на тази тема са посветени над 1 000 публикации в централния и провинциалния печат. За потушаването на въстанието и извършените зверства първи съобщава либералният вестник „Спектейтър“, който дава и първите по-подробни сведения. По-късно, когато е обявена Руско-турската война през 1877 г. този вестник ще напише „че най-справедливата и необходима война на нашето време започна“ и ще следва през цялото време тази линия при отразяване на перипетиите по Източния въпрос.

Либералният вестник „Дейли Нюз“ поканва намиращият се в Париж известен, въпреки младостта си, американски журналист Дженюарийс Макгахан (отразявал вече Френско-пруската война, въстанието на карлистите в Испания, експедиция в Арктика, превземането на Туркестан от Русия) да провери изнесените в кореспонденциите на адвоката в английския Върховен съд в Цариград Едуин Пиърс от 16 и 23 юни 1876 г. данни за опожарени селища и избиването на хиляди невинни. Още повече, че цариградският кореспондент на „Таймс“ Антонио Галенга съобщава на 8 юли за 25 хиляди изклани българи, 100 разрушени селища, хиляди деца, продадени като роби и 10 хиляди арестувани, които са подложени на инквизиции. Междувременно още на 26 юни либералният политик Уилям Фостър пита в Камарата на общините премиера Дизраели верни ли са тези твърдения. Позовавайки се на английския посланик в Цариград Елиът, премиерът отвърща, че селата са били нападнати от неизвестни „емисари“ и черкезите – „мирни и примерни заселници“ са били принудени да се защитят.

Анкетата на Макгахан, който обикаля градовете и селата на въстналите райони заедно с американския генерален консул Юджийн Скайлър завършва с описанието от 2 август 1876 г. за жестокостите в Батак – „долината на смъртта“, където „житото гние по нивите, а жертварите тук – в черковния двор“. Кореспонденциите му под заглавие „Турските



зверства в България“ са събрани в отделна книга, която разтърсва световното обществено мнение и поляризира страстите в самата Великобритания. Изказват се в подкрепа на българите италианците Дж. Мадзини и Дж. Гарибалди, френския писател В. Юго, руските писатели Ф. Достоевски и И. Тургенев, който пише изобличителната поема „Крикет в Уиндзор“. Дори кралица Виктория иска обяснения от премиера Дизраели, който поддържа тезата за запазване на целостта на Османската империя и дава обяснения в парламента като се стреми да омаловажи жестокостите и да прехвърли вината или върху българското население, което също извършвало жестокости по време на въстанието, или върху нередовните турски части (башибозук) и заселените в страната черкези. Тази теза се отстоява и от издания като „Стандарт“, „Дейли телеграф“, „Глоуб“, „Пал Мал Газет“, „Поуст“, „Венити Феър“, „Джон Бул“. Едни от тях пряко подкрепят консерваторите, а други, макар и либерални, виждат във въстанието осъществяване на амбициите на Руската империя да разшири влиянието си на юг, към топлите морета. Но многото сведения за събитията в „Таймс“, който се стреми да запази балансирана позиция, коментарите в „Икономист“, „Контемпъръри Ривю“, „Фортнайтли Ривю“, „График“, „Единбург Дейли Ривю“, „Илюстрейтид Лондон Нюз“, „Бирмингам Дейли Поуст“, „Скотсман“ потвърждават изнесеното от Макгахан и правят „българската агитация“ на либералния водач Уилям Гладстон (1809 – 1898) особено популярна. Той произнася серия от речи в различни градове на страната и по мнение на съвременници достига политическия връх в своята кариера. Гладстон издава и два памфлета, изградени върху основата на неговите речи „Българските ужаси и Източният въпрос“ и „Уроци по клане“, потвърдени от безпристрастните доклади на английските консули в Одрин, Русе и Бургас, публикувани в специалните „Сини книги“ на Форийн офис. В първия памфлет, достигнал 250 хиляден тираж за три седмици, въпреки високата му цена, три пъти над тази на „Таймс“, Гладстон заявява, че Турция трябва да се измита в Азия „вкупом, с всичките си партакеша“, израз, който е емблематичен в английската политическа риторика и по-късно. А понятието „българска агитация“ също става нарицателно в политическия речник като пример за агитация, имаща силна емоционално-морална конотация. Създават се комитети в подкрепа на пострадалите българи, събират се помощи и се подписват множество възвания и петиции. Викторианска Англия е истински възмутена. Либералният пер Джордж Дъглас, осми херцог на Арджайл, говори пред многохилядни събрания на работници, миньори, църковни дружества и възкликва в парламен-

та, че е потресен от „ужасите на „африканска война в сърцето на християнския свят“ и от „жестокостите, достойни за Чингиз хан, в епохата на кралица Виктория“.

Британското правителство е принудено да се съгласи със свикването на Цариградската конференция в края на 1876 г., която да гарантира правата на поробените християни в Османската империя. След нейното дипломатическо фиаско на Русия не ѝ остава никакъв избор освен въпреки военната и стопанската си неподготвеност да обяви война. Избухва Руско-турската война от 1877-1878 г., довела до освобождението на България и сключването на прелиминарния Санстефански договор и окончателния Берлински договор от 1878 г., определил новото териториално статукво на Балканите. По време на войната кореспондент в България е Дж. Макгахан от „Дейли нюз“, който отразява битките при Плевен и умира през май 1878 г. от тиф в Цариград, но той вече е променил картата на Източна Европа. Арчибалд Форбс, също кореспондент на „Дейли нюз“, отразява боевете при Шипка и героизма на защитниците му и жертвоготовността на българите в подкрепа на освободителите. Полковник Брекънбъри, д-р Карик, Грант от „Таймс“, както и пратеници на „Илюстрейтид Лъндън Нюз“, „Скотсман“, „Морнинг адвъртайзър“, „Манчестър гардиан“ и др. в основни линии очертават обективно картината на бойните действия. Повечето от тях пътуват с руската армия, но има и немалка част, които се установяват в Шумен при сераскера (главнокомандващия) на турската армия, защото очакванията са били, че руските войски ще напреднат през Добруджа, както прави това блестящо през 1828 г. генерал Дибич Задбалкански, стигнал победоносно до Одрин.

Но този път съгласно плана на генерал Обручев русите преминават Дунава при Свищов и изненадват османските полкове в гръб като стремително напредват към Балкана. Командираните към щаба на турската армия пратеници на европейски и американски вестници изпитват, за разлика от отношението на руската армия, ограниченията и враждебността на турската военна цензура, която им отваря пощата и задрасква неудобни пасажи от кореспонденциите им. Първоначално в Шумен са командирани пратеници на „Таймс“, „Дейли телеграф“, „Скотсман“, „Стандарт“, „Илюстрейтид Лъндън нюз“, „Манчестър гардиан“, „Манчестър екзаминър“, „График“, „Морнинг адвъртайзър“, „Морнинг Поуст“. Те отразяват не само хода на военните действия, но и съдбата на бягащото мирно население – българско и турско, уплахата на черкезките племена, гузни заради извършените насилия по време

на потушаването на въстанието и на самата война, опитите на Англия да се възползва от затрудненото положение на Турция в своя изгода. Мнозинството от английския народ, работниците и дребните собственици се убеждават в правотата на „партията на мира“, линия, следвана от Гладстон, който се обявява против опитите Англия да бъде въввлечена във война с Русия, каквито внушения прави част от консервативният печат, заявявайки паролата „Дотук!“ и подстрекаващ изпращането на английската флота в Мраморно море като възпираща сила срещу руската военна хегемония. Пред заплахата да се повтори Кримската война, руската армия спира настъплението си пред Цариград и сключва Санстефанския договор, а като награда за привидната подкрепа на Турция, Англия ще получи остров Кипър при арбитража на Берлинския конгрес. Лорд Дизраели тържествува, но за кратко, защото на по-следващата година той губи изборите и на власт идват либералите на У. Гладстон, защитаващ в по-голяма степен хуманната кауза на свободата и справедливостта.

След оттеглянето на Уилям Гладстон през 1894 г. либералите са изгубили харизматичния си водач и в партията настъпва разцепление по редица въпроси – ирландското самоуправление, имперската експанзия, втората война с бурите<sup>72</sup> в Южна Африка, социалните и данъчни реформи. Разделението се отразява и върху пресата, подкрепяща либералите. На фона на засилващия се натиск на консерваторите, вече осъзнали важността на пресата като инструмент за ефективно и контролирано политическо въздействие както в метрополията, така и в провинцията, либералите страдат и от променените нагласи на собствениците и издателите на вестниците. Те вече отдават предпочитание на икономическите ползи отколкото на доскорошните си политически пристрастия. Логиката на все по-комерсиализиращата се преса е неумолима. Мнозина либерални привърженици, реформисти и радикали са освободени като главни редактори и водещи журналисти. Лъкатушенията и партийните боричкания са най-добре експонирани в останалите близки до либералната кауза издания като „Стар“ на Т. П. О’Конър и „Пал Мал Газет“ на У. Стед.

В края на 19 век и първите две десетилетия на 20 век основен представител на либералите в концерта на всекидневната преса остава „Уестминстър газет“ („*Westminster Gazette*“, „Вестник на Уестминстър“), създаден от Джордж Нюнес през 1893 г. и блестящо редактиран

---

<sup>72</sup>Холандски заселници – б. м.

почти 30 години от Джошуа А. Спендър в руслото на утвърдили се вече „нов журнализъм“ на У. Стив. Опитът на популярни журналисти от отминалата „златна ера“ и либерални политици да създадат вестник „Трибюн“ („Tribune“, „Трибуна“) през 1906 г. само показва обречеността на подхода да се съживяват мъртвци от славното минало, за да се прогонят духовете на шеметно променящото се настояще. След две години журналистическият екзорсизъм<sup>73</sup> безславно приключва.

Не по-добра е и перспективата за либералите в провинциалната преса. Там подръжник на техните идеи остава, с някои уговорки, единствено „Манчестър гардиън“ („Manchester Guardian“, „Защитникът на Манчестър“), чийто редактор Чарлз Скот е и депутат в периода 1895-1906 г.. Либералите постепенно губят и подкрепата на повечето сутрешни и всекидневни вестници в Лондон, като запазват само позиции в лондонските неделни издания. В навечерието на Първата световна война концентрацията през 1910 г. на британската преса е завършена. Две трети от сутрешните лондонски всекидневници и четири пети от вечерните вестници се контролират от 4 вестникарски групи, подобно е и положението при неделните лондонски и провинциалните издания.

Журналистите се възползват от близостта си с политическата класа. Нараства социалният авторитет на професията. Доходите на журналистите, без да достигат нивата на заплащане на магистратите, адвокатите и висшите банкови служители, чувствително се подобряват. Инвестицията в преса вече се смята за особено престижна и перспективна. Това води до привличане на капитали и до нарастване на броя на собствениците на вестници които от 114 през 1861 г. стигат до 2900 през 1911 г. като 99 от тях са жени.

Много собственици и редактори на вестници стават депутати (през 1900 г. те са 30 в Камарата на общините) и през 1906 г. са третата най-добре представена професия там след правистите и висшите военни. Политиците се стремят да придобият дялове във вестникарския бизнес, за да упражняват адекватно влияние при вземането на конкретните редакционни решения, създали си авторитет журналисти вече се включват в управленските структури на страната и регионите. След 70-те години на 19 век силно намалява използването от правителството на Закона за клеветата, защото изчезва страхът че пресата застрашава социалния ред макар да остава раздражението от обсъждането на неудобните въпроси и конкретните оплаквания на засегнати личности. Но

---

<sup>73</sup> Викане на духове- б.м.

собствениците умело отклоняват искове към изданията, заинтересовани да не пострада репутацията на успешния им бизнес. Подобрява се и правната регламентация на журналистическата професия. Законът за вестникарската клевета и регистрацията от 1881 г. вече осигурява защита от професионалните съдебни изнудвачи, съдещи пресата за щяло и нещяло, а Допълнението на закона за клеветата от 1888 г., освен че подобрява легалния статус на издателите, засилва прерогативите на пресата да отразява обективно дейността на правителството. Така първият закон разширява „привилегиата“ да се отразяват обществени събития щом те са „законосъобразни и проведени със законни намерения“, тоест, ако не предвиждат насилствена промяна на обществения порядък. Друг закон от 1908 г. вече дава „правото“ на пресата да отразява дейността и на повечето местни власти, но без процедурите, дебатите и изслушванията в отделните местни подкомисии.

С полицията отношенията са по-трудни заради взаимното недоверие и неприязън. Вътрешното министерство не може да преглътне острата критика на пресата по бездействието и непрофесионализма на полицията в случаите със серийния убиец в Лондон Джек Изкормвача, създал истинска масова психоза в страната, че и в света, и масовите полицейски побои и издевателствата над беззащитните безработни по време на демонстрациите им през 1886-1887 г. След отмяната на публичните екзекуции чрез обесване през 1868 г. пресата е постоянно изключвана да бъде сред присъстващите на тези зрелища в затворите под предлога, че ще отрази неправилно събитието. Оставено е на местните шерифи да преценят дали да допускат журналисти. Но загубата не е особено голяма тъй като интересът към описанията на екзекуции намалява и към края на Първата световна война изчезва напълно.

В средния и късния викториански период английската журналистика окончателно се освобождава от опекуството на аристокрацията, но въпреки опитите да си осигури икономическа самостоятелност, а оттам пълно политическо и ценностно еманципиране, което е постигано от отделни издания, тя постепенно преминава под контрола на комерсиалната класа. И започва да възприема ценностите на предприемачите и собствениците, като се грижи повече за приходите от реклама отколкото за качеството на подготвяното новинарско и коментарно съдържание. Според някои критици това е първото „чудовищно предателство на каузата на пресата“ и недопустимо отклонение от „твърде правилното развитие в историята на вестника през индустриалната революция“.

Порасналото самосъзнание на журналистите ги тласка към професионално и творческо обединение. Още повече, че във Великобритания профсъюзното движение е във възход и дори се заема да утвърди нова политическа формация, тази на лейбъристите, възникваща на основата на юнионистки групи и социалдемократически просветни организации. Национален съюз на журналистите е създаден през 1907 г., а жените, навлезли в професията предимно през 60-те години на 19 век в либералните издания като „Пал Мал Газет“, създават своя организация „Общество на жените журналисти“ през 1895 г., за да защитават правата, статуса, начините и формите на заплащане. През 1919 г. жените вече постигат равностойно представителство във всички сектори на британската журналистика. Възходът им обаче не се дължи толкова на блестящия пример на военни кореспондентки като Емили Крофорд и Флори Шоу и редакторки като Хулда Фридерикс, но и на променените изисквания на писане и поднасяне на така наречения „нов журнализъм“. Терминът е въведен от популярния през периода голям литературен критик Матю Арнолд, който така определя „безвкусния, разводнен и преднамерен стил“ на писане в изданието на Уикъм Стив „Пал Мал Газет“. Според изследването на Джоуъл Вайнер обаче далече преди Стив този стил на журналистическа трактовка е експериментиран в по-ранни викториански издания от 1850-1880 г. от автори като изобретателните и настроени иновативно Фредерик Грийнуд, Джон Т. Дилейни, Едмънд Йейтс. Те първи въвеждат страниците с типично женска проблематика, рубрики със светски клюки, спортни репортажи, парламентарни скечове по новините от деня и кратки политически коментари, придружени с много богат илюстративен материал, сензационни изявления и антрефилета по актуален повод. Към тези вече отработени похвати Стив добавя и утопичната си идея да се създаде едно „правителство чрез журналистиката“, което да интерпретира и комуникира „волята на народа“ към правителството и когато е нужно да го притиска чрез журналистическа агитация и да препраща чрез сензационни разкрития към властите онова, което масите искат да получат или от което неосъзнато се нуждаят. Макар да не успява да осъществи грандиозния си план У. Стив преследва целта си и се надява „новият журнализъм“ да излъчва морално доверие, социално чувство, пряк изказ и политическа амбиция, които той смята, че тогавашната преса е загубила в променените социални обстоятелства. Примерът на Стив е последван и от либералния всекидневник „Стар“ на Т. П. О’Конър, демонстриращ възможностите на живия журналистически стил и на възгледа, че животът трябва да се представя такъв, какъвто е, а не какъвто трябва да бъде.



Журналистическите и типографските новости допринасят за комерсиалния успех на изданията. Въведени са раздвижени заглавия, кратки въвеждащи параграфи, информативни заглавия и подзаглавия, богата илюстрация и атрактивен дизайн на отделната страница и увеличен формат на изданията. По-интензивно се използват първата страница чрез въвеждането на повече кратки новини и отправки – все отработени похвати от вечерните вестници на 70-те години на 19 век.

„Новият журнализъм“ не просто прилага вече отработеното в журналистическата практика. Той въвежда язвителните скечове за парламентарната дейност, като по този начин улавя растящата неприязън в обществото към партизанските боричкания и политическото лъкатушене, авторските коментари в така наречените „лондонски писма“, интервютата в американски стил с ясно поднесени въпроси и отговори, историите с „човешки интерес“ в тях, акцентира се повече върху новините, отколкото върху интерпретативните коментари, дават се повече, но по-кратки новини от чужбина като от 1890 г. се предлага съкратен, редактиран вариант на поместваните парламентарни речи и се включват достоверни репортажи, спортни и сензационни разкрития. Показателни в това отношение са педантичните репортажи, проследяващи престъпленията на Джек Изкормвача в „Стар“ и разкритията, придружени с възмущение и страст в поредицата за живота в Лондон под названието „модерният Вавилон“ в „Пал Мал Газет“. За да запазят читателския интерес траен и нарастващ тези издания не се отклоняват от четивното и сензационното и прилагат вече изпробваната тактика на „седмичните хроники“ и на френските булевардни издания като редовно поместват и романи с продължение. Така „новият журнализъм“ всъщност проправя пътя на сензационната и илюстрираната преса, която се появява в края на 19 и началото на 20 век като все още носи отпечатъка на викторианската съдържаност.

## ВОЙНАТА НА ТАБЛОИДИТЕ

Първият пикториален<sup>74</sup> всекидневник е „Ивнинг илюстриейд пейпър“ („*Evening Illustrated Paper*“, „Вечерен илюстриран вестник“), започнал да излиза през 80-те години на 19 век, е последван от 1904 г. от първия сутрешен пикториален всекидневник „Дейли мирър“ („*Daily Mirror*“, „Всекидневно огледало“), създаден от Алфред Хермсуърт,

---

<sup>74</sup>Илюстриран, картинен – б.м.



по-късно повишен в благородническо звание като лорд Нортклиф от Флийт стрийт заради наистина изключителните му заслуги, превърнали го в некоронования крал на британската преса в първата половина на 20 век. Характерните черти на този тип издания става актуалната политическа карикатура, чиито родоначалник е Ф. Ч. Гулд, и разговорния, директен и живописен стил на изразяване, който ще бъде доразвит в стила на масовия „Дейли мейл“.

Периодът от средата на викторианството до 1918 г. нагледно показва ползите и вредите от сближаването на британската преса с властта. Още от времето на Бенджамин Дизраели, обявен за заслуги за лорд Биконсфилд, са показателни жестовите на ухажване на журналисти, редактори и издатели от страна на властта. Под формата на доверителни разговори, срещи, споделяне, разкрития и внушения до пряко облагодетелстване чрез раздаване на държавни награди и титли – рицарска, баронска, лордска, виконтска, се спечелва благоразположението или пристрастното подкрепяне на каузи. Така Алфред Хермсуърт е обявен през 1904 за баронет, после за лорд Нортклиф от Флийт стрийт през 1905 г. и за виконт през 1917 г. заради подкрепата на правителството по време на войната. Благородническата му кариера ще последват и други – Макс Ейткин, провъзгласен от Лойд Джордж веднага щом става премиер за лорд Бивърбрук, (доминиращ собственик в „Дейли експрес“) заради приятелската подкрепа, братът на лорд Нортклиф – за лорд Ротърмиър, Едуард Хултън (издател на „Дейли Диспач“ и „Ивнинг кроникъл“) за барон, все издатели на влиятелни либерални и консервативни издания. Взаимозависимостта на пресата и политиците е толкова силна, че един очевидец на ставащото – Х. Гвин, редакторът на „Морнинг Поуст“, ще възкликне „сега ни управлява хунта от пресмагнати с един мошеник на върха“. Взаимното обвързване и преливането на интереси, капитал и влияние проличава дори заради липсата на очевидни конфликти сред фракциите в правителството и парламента. По спомените на друг съвременник „политическите вражди се скриват в Уестминстър – (парламента – б.м.), за да изплуват на „Флийт стрийт“.

Преди и по време на Първата световна война особено важна става подкрепата на пресата. Либералът Дейвид Лойд Джордж включва лорд Бивърбрук (като министър на информацията) и лорд Ротърмиър (министър на въздушния флот) в своето правителство и след дълги увещания успява да привлече лорд Нортклиф за отговорна мисия в САЩ и като отговорник за пропагандата в чужбина и го възнаграждава с херцогска титла през 1917 г. Така е превъзможната част от критичността на

изданията на Нортклиф и брат му лорд Ротърмиър – („Таймс“ и „Дейли мейл“), които критикуват неразбориите във флота (операцията в Галиполи, един гръмък провал на Уинстън Чърчил като военноморски министър), в Генералния щаб и операциите на Западния фронт. Политиката на Лойд Джордж спрямо пресата, осъществявана първоначално чрез добрия му приятел, новообявения лорд Бивърбрук, доброжелателно приеман от всички крила в света на пресата, е да се споразумее или да подчини различните издания. Когато разбира, че не може да подчини лорд Нортклиф, премиерът тръгва към упорито предлагани облаги като настойчиво вдига цената на наградата. Ако не може да привлече чрез споразумение определен издател, той пристъпва към политиката на подчиняване. Такава е съдбата на упорития и невъзприемчив към компромиси редактор на „Дейли кроникъл“ **Робърт Донълд**, чиито военни кореспонденти критикуват военната политика на правителството. През октомври 1918 г. богатите приятели на Лойд Джордж изкупуват вестника и веднага отстраняват Донълд като редактор с оглед на приближавашите парламентарни избори. Така Лойд Джордж не само променя характера на политическата журналистика във Великобритания като я превръща в партизанска, обслужваща партия или политическа личност, но той допринася за това 9/10 от контрола върху общественото мнение в страната да зависи от шест човека. Според А. Дж. Гардинър, редактор на „Дейли нюз“ те са: вече споменатите лордове Нортклиф, Ротърмиър, Бивърбрук, Хултън, сър Джеймс Хенри Далциел, собственик на „Рейнолдс уикли“ и „Пал Мал газет“ и вече политически директор на „Дейли кроникъл“, сър Джордж Ридъл, собственик на „Нюз ъв ди Уърлд“. Всички те горещо подкрепят Лойд Джордж в изборната кампания в средата на декември 1918 г.

Политиците от целия политически спектър са много доволни от сътрудничеството с пресата. Те се възползват умело от порасналите възможности на пресата да осъществява ефективна политическа комуникация. Джоузеф Чембърлейн, лорд Солсбъри, лорд Роузбъри, лорд Рандълф Чърчил, баща на големия политик и премиер на Англия през 20 век Уинстън Чърчил, Артър Балфур и безспорно Уилям Гладстон и особено Дейвид Лойд Джордж чрез пряко или косвено субсидиране се стремят да влияят на пресата и нейните издатели по важни за обществото въпроси като самоуправлението на Ирландия, имперските данъчни преференции, либералния юнионизъм, либералният империализъм, социалните и данъчните реформи, целящи да прехвърлят част от финансовите отговорности и върху най-богатите. Безпрецедентно

острата реакция на Камарата на лордовете, чиито права да упражнява вето върху решенията на Камарата на общините се ограничават от предложен от либералите на Лойд Джордж законопроект, е придружена от остра полемика в печата. Лордовете отсъпват чак през 1912 г. след продължителна управленска криза и едва след заплахата на правителството да промени състава им като назначи нови няколко лорда според заслугите към обществото, а не заради потомствената привилегия на първородното наследяване на титли, замъци и имоти. Обществената подкрепа на тази заплахата принуждава Камарата на лордовете да отстъпи и да приеме бюджета, чиито дефицит за 1909 г. финансовия министър (Лойд Джордж) смятал да компенсира чрез свръхоблагане на доходите над 5 000 фунта стерлинга, увеличен подоходен данък и данъците върху земята и наследството.

Развитието на британската журналистика от средата на 19 век до 20-те години на 20-ти демонстрира както порасналите ѝ социални, политически и икономически възможности, така и способността ѝ да се адаптира към изменените обстоятелства и да намира подходящи форми и средства да бъде в съзвучие с духа на своето време. Едновременно с това, тя преминава през същите метаморфози както журналистиката на други две развити индустриални държави като САЩ и Франция. Развитието на пресата е повлияно от:

- напредъка в образованието и порасналите доходи на населението, което създава пазар от потенциални рекламодатели и евентуални потребители на рекламните послания на конкуриращата се индустрия;
- растящо недоверие към открито пристрастната политически партийна преса;
- възходът на евтината преса, демонстрираща предимно либерални възгледи;
- прякото или косвеното подпомагане на пресата от политиците и партиите;
- представянето на новините като по-интересни от проблемите;
- краткото „процъфтяване“ на либералната преса между 50-те и 90-те години на 19 век, което става успоредно с утвърждаването на работническия, профсъюзния и младия социалдемократически печат;
- превръщането на пресата все повече в бизнес начинание отколкото в политическа, гражданска и социално-отговорна институция на обществото, която трябва да го „пази от пазачите“, по утопичното убеждение на Уикъм Стед.

Характерното за следвоенния период на британската преса е, че едновременно се разширява потенциалния читателски пазар и се извършва концентрация на собствеността в ръцете на все по-малко притежатели. Този двойствен процес на концентрация на собствеността е определен като „ерата на пресбароните“, когато неколцина във Великобритания определят общественото мнение и насоките на политическите решения. Едновременно с това през 30-те и ранните 40-те години на 20 век се открояват и други характеристики.

Подобрява се професионалната подготовка на журналистите, укрепва ляво ориентираната преса като резултат от опита да се осмисли следвоенното развитие и стопанската криза от 1929-1933 г., настъпването на тоталитарните идеологии в Европа намира отражение и в прояви и издания във Великобритания, обогатява се палитрата на британската журналистика с развитието на радиото и филмовата документалистика.

Концентрацията на печата е резултат не само от технологичния напредък, позволяващ концентрация на финансови и технологични ресурси и производствени мощности. Той е и резултат от правните реформи от средата на 19 век, облекчаващи регулацията на пресата, либерализиращи достъпа до правителствена и комунална информация, както и от своеобразната вестникарска революция на лорд Нортклиф, създал през 1896 г. „Дейли мейл“ и на журналистически нововъведения на „новия журнализъм“ на Уикъм Стед и неговите изобретателни последователи.

Много от характерните черти на пресата от късния 20 век всъщност са били налице като тенденция или напълно разгърнати в навечерието на Първата световна война. Те са: растящото значение на рекламата за съществуването и просперитета на вестниците, доминирането на всекидневниците над седмичниците, масираното използване на фотографията, модернизацията на вестникарския дизайн и промяната на вестникарските формати, подобряването на комуникационните технологии, правещо събирането и преноса на локална и международна информация много по-евтино, бързо и ефективно.

Войната, резултат от натрупаните противоречия и континентално и колониално съперничество, силно забавя развитието на журналистиката. Нещо повече. Тя окончателно зачерква довоенния либерален политически модел и влошава условията на журналистическата и издателската дейност. Създадени са цензорни служби и регулаторни институции като Прес бюро, ръководено от сър Стенли Бъкмастър и новинарски отдел към Външното министерство, пресяващи военната

информация, гласувани са рестриктивни разпоредби, усилва се натискът върху журналисти и издатели да не изразяват открито своите пацифистки възгледи и да не са критични към правителствената военна политика. Дори антивоенният либерален „Дейли нюз“, където А. Гардинър убедено е проповядвал своите антируски позиции преди това, е принуден да промени редакционния курс, за да не дразни царска Русия, верен британски съюзник във войната.

Всекидневниците излизат с пораснал обществен престиж след Първата световна война, защото те са били най-активното информационно средство, което въпреки военната цензура, ограниченията в ресурсното осигуряване (газ, печатарска техника, качество на хартията и др.), е давало най-пълната картина на събитията в страната и по бойните полета. Този престиж се трансформира в тиражна експанзия в следващите две десетилетия. Националните всекидневници от 5 милиона съвкупен тираж през 1920 г. стигат 10,6 милиона през 1939 г. като петте водещи от тях продават по 1 милион тираж дневно. Превъзходството на „Флийт стрийт“ е окончателно затвърдено след 1923 г., когато националните всекидневници надхвърлят съвкупния тираж на провинциалните всекидневници. Провинциалните издания от този тип намаляват като заглавия – от 41 сутрешни вестници през 1921 г. те остават 28 през 1937 г., а вечерните от 89 през същия период спадат на 75 като оцелелите обаче запазват предишния си тираж. В групата на седмичните издания единствено възход има при неделните вестници, които нарастват в периода между двете световни войни от 13,5 милиона на 16 милиона съвкупен тираж.

Ожесточена е битката между масовите всекидневници „Дейли мейл“ и „Дейли експрес“ за завладяването на широката читателска аудитория като към тях се присъединява и възстановения „Дейли херълд“, поддържащ Лейбъристка партия и стремящ се да завладее младите поколения на работническата класа. През 1929 г. компанията „Одхам прес“ закупува 51 процента от собствеността на вестника и засилва натиска за овладяване на тези нови територии от читателския сегмент. Периодът е особено любопитен заради изострената конкуренция за привличане на читатели чрез промоции, подаръци, награди. Този начин за разпалване на интереса и спечелване на читателите е изпробван още през 1913 г., когато започват да се издават свободни застраховки при смърт в инцидент, но при условие, че името и адреса на читателя са нанесени върху застрахователния купон предварително. Вестниците освен застраховките започват да раздават награди и печалби от игри

на късмета при познати резултати от спортни състезания в периода от 1922 г. до 1928 г., когато излиза първият забранителен Закон за залаганята. Издателите сключват през 1932 г. доброволно съглашение да не раздават награди и да прекратят глупавата надпревара за спечелването на читателското внимание. Но през 1933 г. „Дейли херълд“ се изхитрява да пусне на пазара комплект от 16 тома съчинения на Чарлз Дикенс, „декорирани с 22 каратово чисто злато“ срещу представянето на изрязани купони от вестника. Веднага „Дейли мейл“ и „Нюз кроникъл“ започват да предлагат съчинения на Дикенс, но срещу по-ниски цени. Надпреварата се ожесточава. Към читателите потича истински поток от награди, подаръци и привлекателни оферти. Предлагат се книги, енциклопедии, подборки качествен чай, перални машини и дори копринени дамски чорапи. Общо трите издания ангажират над 50 хиляди доставчици, които да прелъстяват от врата на врата потенциалните доверчиви читатели. Накрая това силно разтревожава рекламоделите в пресата, които осъзнават опасното изкривяване на профила на реалното читателско търсене и въздействат върху издателите да охладят тиражния си ентузиазъм. С втория Закон за залаганята от 1933 г. още по-рестриктивно се дефинират условията при които изданията могат да предоставят награди на читателите си.

Въпреки принудителното примирие все пак „Дейли експрес“ и „Дейли херълд“ успяват да отвоюват голяма част от аудиторията на „Дейли мейл“ като всяко от тях продава през 30-те години на 20 век по 2 милиона екземпляра на ден. Така „Дейли херълд“ увеличава пазарния си дял – от 13,1 през 1933 г. той стига до 20,4 на сто през 1937 г. Но победата е пирова. Въпреки че налива по 3 милиона лири в промоционални кампании всяка година „Херълд“ продължава да е на загуба до края на десетилетието. Всеки новоспечелен читател на „Експрес“ пък е струвал твърде скъпо на вестника, според признанието на собственика му лорд Бивърбрук, по 8 шилинга и 3 пенса. Ожесточената надпревара задържа също така ниски цените на изданията и превръща рекламата в едно от основните пера на приходите за вестниците. През 1937 г. рекламните приходи достигат до 35 милиона паунда. Зависими от ръста на рекламата собствениците вече не са така благосклонни към витиеватото мъдруване по разни политически теми, каквато е обичайната практика за викторианския и наследилia го едуардиански период<sup>75</sup>. В изданията навлизат нови теми – спорт, престъпления, криминални новини, дораз-

---

<sup>75</sup> По името на крал Едуард, наследил престола след смъртта на кралица Виктория – б.м.



виват се техниките на развлекателните форми и стилове на писане, с които се отличава „новият журнализъм“ на У.Стед. През 1934 г. „Дейли мирър“ след като се съветва с популярна американска рекламна агенция се превръща в откровен таблоид с големи заглавия и комични или приключенски комикси. Благодарение на този подход „Мирър“ и другия таблоид „Дейли Скеч“ след 3 години завладяват 20 процента от вестникарския пазар.

Паралелно с това се развива още един процес – на концентрацията на вестникарската собственост във все по-малка хора. И в предишни периоди са съществували вестникарски вериги, но след Първата световна война процесът не само се ускорява, но и концентрацията на печата става все по-отчетлива. През 1921 г. лорд Нортклиф (Алфред Хермсуърт) притежава „Таймс“, „Дейли мейл“, „Уикли диспач“ и „Лондон ивнинг нюз“. Неговият брат Харолд, провъзгласен по-късно за лорд Ротърмиър притежава „Дейли мирър“, „Сънди пикториъл“, „Дейли рекърд“, „Глазгоу ивнинг нюз“ и „Сънди мейл“. Групата на Хултън притежава 4 всекидневника и 3 неделни издания, а Артър Пиърсън контролира 9 всекидневника и 21 седмичника.

След смъртта на лорд Нортклиф през 1922 г. британската преса се контролира от Макс Ейткен (лорд Бивърбрук), вече споменатият лорд Ротърмиър, Уилям Бери, по-късно също провъзгласен за лорд Кемроуз и брат му Гомър Бери, също присъединил се към перовете под името лорд Кемсли. В края на 30-те години на 20 век четиримата контролират половината от националните и провинциалните всекидневници в страната с общ тираж от 13 милиона екземпляра. Концентрацията се запазва и при провинциалните вечерни вестници – петте вериги увеличават в периода 1921 – 1939 г. своя дял от 8 до 40 на сто, като елиминират локалните си конкуренти. Пресбароните кросират собствеността си, като си поделят дялове в основните вериги, но са и в упорито съперничество помежду си. В края на 30-те години начело излиза групата на братя Бери, която контролира повече от 20 всекидневни и неделни вестници. От своя страна лорд Бивърбрук остава само с 4 национални всекидневника, но общият им тираж е над 4 милиона екземпляра. Политическото влияние е силно дисперсирано. Първоначалната проконсервативна нагласа на вестникарските магнати като Ротърмиър, Бивърбрук и братя Бери, които са влиятелни поддръжници на консерваторите, но не им спестяват и критиките, проличава рядко, тъй като извоювалите икономическа власт пресбарони, стават все по-арогантни към очакванията на политическите водачи. Критикувани в обществото заради безпардон-



ното си намесване в очертаване на политическото бъдеще на страната влиятелните собственици не спестяват критиките си към един или друг кабинет. Особено ако са допринесли за неговото създаване и монтиране във властовите коридори, какъвто е случаят с Бивърбрук и решаващата му помощ за Лойд Джордж през 1916 г., краткото заиграването на лорд Ротърмиър с фашистите през 1934 г., атаките му към лейбъристка партия, охулването на работническото движение по време на общата стачка през 1926 г. и движението на безработните през 30-те години и др. Често критикувани, но със силно влияние в обществото, пресбароните формират нов тип на взаимоотношения с политическия елит като все по-често влизат в ролята на определящите правилата. В книгата си от 1925 г. „Политиците и пресата“ Бивърбрук ще отбележи, че „нови-ят стил на журналистика“ ще позволи на „независимите вестници да преследват национален курс, неповлияни от и често пъти дори против партийните интереси“. Така комерсиалните цели на собствениците им диктуват политика, която дава възможност да се осъществи една здравословна диверсификация на британската преса през 30-те години. Очертава се пъстра панорама – от дясно ориентирания „Дейли мейл“ през центристките издания на фамилията Астор като „Таймс“ и „Обзървър“ до левите издания като „Дейли херълд“, „Нюз кроникъл“ и неделния „Рейнолдс нюзпейпър“ до радикалния „Сънди пикториъл“.

Следвоенното развитие, влиянието на Съветска Русия върху левите движения на Запад, стопанската криза от 1929-1933 г. също оказват влияние върху развитието на ляво ориентираната преса. Единственият създаден всекидневник между двете войни, който оцелява е комунистическият „Дейли уъркър“, който обаче никога не надхвърля стохилядният тираж. Но заедно с основаните **„Ню Стейтсман“**, **„Лефт ривю“**, **„Ню райтинг“**, **„Факт“**, **„Лефт бук кльб“**, създаден от Виктор Голанц през 1936 г. утвърждават традицията на левия печат и донейде балансират влиянието на десните във всекидневната преса. Налагат се и женските списания като стартиралото през 1937 г. **„Уоман“**, което на втората година вече достига половинмилионен тираж.

Стопанската криза се отразява и върху масовите издания. Растящите цени на печата, намалелите приходи от реклама през 1930-1931 г. се отразяват неблагоприятно върху господството на някога арогантните пресбарони. Тяхното време вече отминава. За да се задържат на пазара те започват да си продават един на друг дялове и така кросират собствеността си. Доскорошни еднолични владетели те са принудени да вървят към корпоративна или дори кооперативна собственост тъй

като нямат свежи пари, за да покрият растящите загуби, а и банковата система, притисната от кризата, не е в състояние да ги захранва със свежи капитали. Докато през 1910 г. Пиърсън, Нортклиф, Кедбъри са контролирали 67 на сто от всекидневната преса, то през 1937 г. Ротърмиър, Кедбъри и Бивърбрук заедно владеят едва половината от разпространението на националните всекидневници. Лордовете Ротърмиър и Бивърбрук са принудени да разделят собствеността си през 1933 г., а през 1937 г. вестникарската империя на братя Бери също се пропуква – единият брат, лорд Кемроуз, взема „Дейли телеграф“ и „Файненшъл таймс“ и сектора на списанията, докато лорд Кемсли задържа останалите по-малко популярни заглавия.

В навечерието на надигащата се заплаха от война и натиска на тоталитаризма в Европа британската преса загубва част от влиянието си върху определянето на дневния ред на обществото, отчасти и заради продължителното самоцелно преследване на корпоративната печалба, което деформира читателските вкусове, таблоидизира съдържанието на пресата и убива интереса към политическите и уводните статии, всъщност особено важни за обществения дебат по време на политическа опасност. Това прави възможно и лансирането в обществото на примиренчески и консумативни нагласи, подкрепящи съглашателската политика на премиера Невил Чембърлейн, стремящ си да „омиротвори“ агресора Адолф Хитлер. За да избегнат военния сблъсък Чембърлейн и френският премер Даладие подписват позорното Мюнхенско споразумение от есента на 1938 г., предаващо Судетската област на нацистка Германия и практически обезоръжаващо Чехословакия. Посрещнат възторжено като герой и миротворец, Н. Чембърлейн гордо ще показва във филмовите кинохроники подписаното съглашение с Хитлер и ще пророкува, че „носи мир за едно поколение“. Предупрежденията на немурния противник на възраждането на Германия Уинстън Чърчил в пресата и в парламента не са чути. Следващата година ще опровергае категорично премиера Чембърлейн.

Започва Втората световна война, която ще наложи неизбежните ограничения върху пресата с намаляване на обема на вестниците, ограничаване на щекотливата информация за бойните действия и засилване на военната цензура. Повечето редактори доброволно ще следват предписанията на „Отбранителните регулации“ и ще се съобразяват с изпратените цензурни напомняния. Ще бъдат спрени за около година „Дейли уъркър“ и „Уик“ и после отново пуснати. Премиерът Уинстън Чърчил безуспешно ще атакува словесно „Дейли мирър“ през 1942 г., а повечето

вестници ще свият обема си от 20 на 4 страници. Ще намалее както площта, така и притокът от рекламни съобщения заради преминаването на индустрията на военни релси. Ще спадне делът на рекламите в приходните пера на вестниците – от 60 процента през 1938 г до едва 30 на сто през 1943 г. Ще се увеличи притокът от правителствени съобщения и това ще бъде една форма на субсидиране на пресата от страна на правителствените служби, които ще инвестират в пресата по 200 хиляди паунда всеки месец. Тази промяна в разпределението на източниците на реклама по парадоксален начин подпомага едни сектори на пресата за сметка на други. От този нов начин на рекламиране всъщност печелят провинциалните и левите издания, които са насочени към читателите сред индустриалните работници и големи градски агломерации. Така „Дейли мирър“ увеличава тиража си – от 1,75 милиона през 1939 г. до 3 милиона през 1946 г., като увеличението е и за сметка на спадналите тиражи на две други леви издания – „Дейли херълд“ и „Нюз кроникъл“. Но тиражът на дясно ориентираните национални всекидневници спада от 68,6 на сто пазарен дял през 1930 г. на 51,5 през 1947 г. като за същия период увеличението за ляво ориентираната преса е от 30 процента на 48,1 на сто.

Промяната в политическата ориентация на изданията е особено показателна, ако се отчита и общият нараснал интерес към вестниците, които си остават основна и най-влиятелна медия – разпространението им се увеличава за десет години от 17,8 милиона през 1937 г. на 28,5 милиона. Политическите наблюдатели виждат в това и една от причините военновременният премиер Уинстън Чърчил да загуби неочаквано и драматично изборите през лятото на 1945 г. по време на провеждащата се в Потсдам (Германия) среща на „тримата големи“ – представителите на страните-победителки във Втората световна война – САЩ, Великобритания и СССР. Водил Великобритания в една изтощителна и кървава петгодишна война, демонстрирал твърдост, решимост и далновидност, Чърчил е принуден да се оттегли за изненада дори на своите политически опоненти – лейбъристите. Но войната драстично е променила оста на симпатии/антипатии сред британците и причината за това трябва да се крие в засиленото доверие в пресата. Според едно изследване от 1945 г. по време на войната 80,0% от мъжете и 2/3 от жените са проследявали поне по един вестник на ден.

Войната засилва влиянието и на левицата в ландшафта на „Флийт стрийт“. Редактори и журналисти от левицата като Джерълд Бари и Върнън Барлет от „Нюз кроникъл“, Ричи Калдър от „Дейли херълд“, Франк

Оуен и Майкъл Фут от „Ивнинг стандарт“ стават особено популярни. Майкъл Фут по-късно се утвърждава като влиятелен политик, депутат, министър, лидер на лейбъристката опозиция и премиер на „правителството в сянка“.

Засилените дебати относно бъдещето развитие на британската преса и желанието да се спре нейната безогледна монополизация, е една от причините през 1947 г. да бъде създадена Кралска комисия за пресата, (**Royal Commission on the Press**), която да проучи всички аспекти на развитието на британската преса, за да не се допусне, както през 30-те години, безконтролното обсебване на общественото мнение от една групичка влиятелни собственици. През 1953 г. е създаден Генерален съвет за пресата (**General Council of the Press**), който през 1964 г. е заменен от Съвет за пресата (**Press Council**), но въпреки взаимодействието му с още две кралски комисии от 1964 г. и 1974 г., които разглеждат проблемите от правна и правителствена гледна точка, обществената критика към поведението на печатните медии остава много висока. Противоречията между собствениците на изданията, журналистическите обединения и обществените настроения са толкова големи, че блокират всеки опит за намиране на политика и поведение на печата, еднакво приемливи за всички. Стига се дотам, че през 1991 г. правителството ултимативно иска от заинтересованите страни да постигнат съгласие по единни етични стандарти. В противен случай, заплашва то, ще поеме регулацията на пресата в свои ръце. Така се стига до създаването на „Прес комплейнт комишън“ (**Press Complaint Commission**, Комисията по жалбите в пресата), в която на квотен принцип участват представители на издателите, журналистите, обществеността и съответните независими експерти, предпочетени от всяка съставляваща комисията група. Комисията разглежда над 20 хиляди жалби годишно като решенията ѝ са задължителни за подписалите Етичния кодекс издания. Така предсъдебно се решават отделни казуси за оклеветяване, набедяване, недопустимо навлизане в личния живот и др. като се използват средствата на медиацията (посредничеството), публичното извинение и опроверженията

Но пресата е изправена пред още едно предизвикателство на което тя трябва да намери адекватен отговор – създадената през 1922 г. първа електронна медия – радиото, стремително набира инерция и все по-трайно се настанява в информационното всекидневие на британците

## СЪВРЕМЕННИ ВЕСТНИЦИ

Освен вече споменатият „Таймс“ английски качествен всекидневник е и най-тиражният „Дейли телеграф“ („The Daily Telegraph“, „Всекидневен телеграф“). Вестникът започва да излиза през 1855 г. в Лондон след като се слива постепенно с друг вестник – „Куриър“ („Courier“, „Куриер“). Дълго време изданието е собственост на граф Хартуел, има добро финансово състояние и е издание, което заема дясноцентристка позиция. Тиражът му е над 900 хил. екз. През ноември 1994 г. „Телеграф“ пуска първото в британската преса електронно издание по интернет. Неделното му издание „Сънди телеграф“ („Sunday Telegraph“, „Неделен телеграф“) е създадено през 1961 г. Тиражът му е около 700 хил. екз.

През 2004 г. „Дейли телеграф“, заедно със „Сънди телеграф“ и с консервативното актуално-политическо списание „Спектейтър“ („The Spectator“, „Наблюдател“), създадено през 1928 г., са купени от братята банкери Баркли. Те вече притежават шотландския вестник „Скотсман“ („The Scotsman“, „Шотландец“) и още няколко регионални издания. Те се състезават с най-високотиражния шотландски всекидневник „Дейли рекърд“, („Daily Record“, „Всекидневни данни“), създаден през 1895 г., който заедно с неделното си издание и няколко си дъщерни издания в Абърдийн, Дънди, Единбург и Глазгоу до 2010 г. надхвърляше 400-хилядния тираж, но общият спад се отрази и на неговото разпространение.

Друг сериозен и качествен английски вестник е „Гардиън“ („The Guardian“, „Защитник“). Основан е през 1821 г. от група бизнесмени като седмичник под името „Манчестър гардиън“, с което се подчертава, че е издаван в Манчестър и ще отразява проблематиката на региона. Първият му главен редактор е Джон Е. Тейлър, а най-дългогодишният – от 1872 г. до 1929 г. – е Чарлз Престич Скот, име – легенда в английската журналистика, яростен противник на монополизацията и сторонник на либералната идея, създава истинска щкола за ляво ориентираната преса в страната. В програмата на изданието пише, че „вестникът пламенно ще защитава принципите на гражданските и религиозни права и свободи, ще подкрепя каузата за реформи в обществото, ще съдейства за разпространението на принципите на политическата икономия и безапелационно ще подкрепя партията, която ги прилага с всички възможни средства“. Изданието винаги е подкрепяло партията на либералите дори в много тежки за тях времена. След 1855 г. то става всекидневник. През 1959 г. отпада и първата част от името му, защото вестникът се превръща в национален, с международен престиж. „Гардиън“ е извес-

тен с независимата си и либерална позиция, за което често е наричан „безкомпромисната съвест на Великобритания“.

Силата си на независим орган „Гардиън“ извоюва по време на Френско-пруската война през 1871 г., когато под ръководството на Чарлз Престич Скот вестникът представя на читателите си позициите и на двете воюващи страни. Вестникът е по-скоро лявоцентристки, подкрепя Лейбъристката партия, но това не му попречи да критикува правителството на Тони Блеър заради участието във войната в Ирак и безусловната подкрепа на американския президент Джордж Буш. Вестникът широко отрази правителствения натиск спрямо критичните предавания на Би Би Си по повод фалшифицирането на сведения за наличието на оръжия за масово унищожение на иракска територия, дали основание за нахлуването в Ирак. Добросъвестната двегодишна работа на разследващите журналисти на „Гардиън“ документираха практиката на незаконни подслушвания от таблоида на Рупърт Мърдок **„Нюз ъв ди Уърлд“**. Разкритията предизвикаха парламентарни разследвания във Великобритания, САЩ, Австралия и международен скандал, разклатил устоите на мултинационалната империя на Рупърт Мърдок, който се принуди да закрие таблоида си. „Гардиън“ следва общата тенденция и също премина към компактния формат. Тиражът му е над 350 хил. екз.

Изданиято е притежание на компанията **„Гардиън Мидиа Груп“**, която е част от стабилния финансов фонд „Скот тръст“. Компанията е собственик и на още няколко издания като седмичника „Обзървър“, **„Манчестър ивнинг нюз“** („Manchester Evening News“, „Вечерни новини на Манчестър“), международния вестник **„Гардиън уикли“** („The Guardian Weekly“, „Седмичен защитник“) и уебсайта **guardian.co.uk**.

Към „Гардиън“ излизат приложенията **G2** – кратки статии, програма на радиото и телевизията, кръстословица, приложения за медии, образование, социални проблеми, технологии, филми и музика, за литература, пари, пътувания, намиране на работа и други. В блогеровото пространство на „Гардиън“ има линкове към тематични блогове на отделни журналисти или ресорни блогове като блог за мода, блог за култура, блог за театър, блог за медийни анализи и критика и т.н. (<http://www.guardian.co.uk/tone/blog>). Вестниците „Гардиън“ и „Обзървър“ поддържат посетителския център **„Редакцията“** („The Newsroom“), който съдържа техните архиви, фотографска лаборатория, както и други архиви (дневници, писма на читатели). Центърът развива образователна програма с различни английски училища, като предоставя възможност на



учениците да симулират реални условия за производство на вестници по различни теми.

Седмичникът **„Обзървър“** (**„The Observer“**, „Наблюдател“) е създаден в края на 1791 г. През годините сменя различни собственици, а от 1993 г. е собственост на „Гардиън Мидиа Груп“. Заедно с всеки брой излизат различни приложения, посветени на спорта, музиката, женски теми и кулинария. Тиражът е около 400 хил. екз.

Най-младият от националните всекидневници е **„Индипендънт“** (**„The Independent“**, „Независим“). Създаден е през 1986 г. от трима журналисти, които до този момент са работили за „Дейли телеграф“. Вестникът се стреми да предлага добър дизайн и интересни новини на ниска цена. Политически е ляво ориентиран, с което се явява основен конкурент на „Гардиън“. Първоначално тръгва с тираж от 400 хил. екз, с което търси конкуренцията на в. „Таймс“, но след финансови проблеми настоящият тираж на вестника е около 240 хил. екз.

Сред приложенията му са **„Ди Информейшън“** (**„The Information“**, „Информацията“), изпълнен с програмата на телевизионните канали, критика за музика и филми, **„Ди Индипендънт травълър“** (**„The Independent Traveller“**, „Независим пътешественик“), предлагащо богата информация за пътувания и туризъм в страната и по света, **„Ди Индипендънт мегъзин“** (**„The Independent Magazine“**, „Независимо списание“), предлагащ четиво, светски новини и скандали и предложения за прекарване на свободното време.

Неделната версия на вестника е **„Индипендънт он сънди“** (**„The Independent on Sunday“**, „Независим в неделя“) и е с тираж от над 200 хил. екз. Накратко двата вестника са наричани – „Инди“ и „Синди“.

Собственост са на ирландската компания **„Индипендънт Нюз енд Мидия“** (**„Independent News & Media“**), която притежава още над 200 вестникарски заглавия, 130 радиостанции и над 100 интернет сайта по целия свят. Сред популярните ирландски заглавия е и техния всекидневник **„Айриш Индипендънт“** (**„Irish Independent“**, „Ирландски независим“) и съпътстващия го ирландски седмичник **„Сънди Индипендънт“** (**„The Sunday Independent“**, „Неделен независим“).

Съвсем естествено е, че най-тиражните вестници във Великобритания са таблоидите. Интересна особеност на английската преса е, че експериментирането с евтин, масов печат не започва директно с вестници, а със списания. Първото подобно списание е **„Пени Мегъзин“**, основано през 1832 г. Първото издание от масовата преса е вестник **„Дейли мейл“** (**„Daily Mail“**, „Всекидневна поща“), основан през 1896 г.



от Алфред Хермсуърт (обявен през 1906 г. за първия сред вестникоиздателите за лорд Нортклиф от „Флийт стрийт“). Приеман е за създателя на английската масова преса и първия британски медиен магнат, Хермсуърт внимателно изучава причините за шумния вестникарски успех на американските собственици на масови и сензационни издания – Пулицър и Хърст. Самият термин „таблоид“ (от таблетка – б.м.) е въведен от Хермсуърт при оформянето на пробния брой на „Ню Йорк Уърлд“, подготвян за началото на 1900 г.

Началото на журналистическата кариера на Алфред Хермсуърт започва, което той, едва 23-годишен, създава вестник „**Ансърс**“ („**Answers**“, „Отговори“, цяло заглавие „Answers to Correspondents“), евтините издания като „**Комикс кътс**“ („**Comic Cuts**“) и малко седмично женско списание „**Фъргет ми нот**“ („**Forget-Me-Not**“, „Не ме забравяй“). Залагайки на ниската цена, както и на един непознат дотогава редакторски стил – ударни изречения, къси параграфи и кратки статии, достъпни за по-широка аудитория, той се опитва да привлече нови читатели.

През 1894 г. Хермсуърт купува в „Лондон ивнинг нюз“ („London Evening News“) и като допълва стила си с някои похвати от американската жълта журналистика, за една година увеличава тиража му четворно. След това обединява два съществуващи вестника в Единбург и създава „Единбург Дейли рекърд“ („Edinburgh Daily Record“).

Но най-големият успех на Алфред Хермсуърт е „Дейли мейл“. Вестникът е насочен към работническите среди и новопривлечените слоеве на аудиторията. След отпадането на икономическите санкции върху печата, т.нар. „данъци върху знанието“ и въвеждането на задължителното основно образование в Англия през 1870 г. се увеличава броя на грамотната аудитория, която има възможност да потрeбява все по-евтините като цена издания.

Мото на вестника е „Всекидневник за заетия човек“. Редакторският стил на Хермсуърт е „обяснявай, опростявай, изяснявай“. Въвежда „подредактори“, чиято работа е да пренаписват готови статии, да оформят заглавия и подзаглавия, да добавят към материалите нещо за цвят в стила на вестника. Още в началото Хермсуърт доверява на племенника си Сесил Кинг, също бъдещ вестникарски благородник, изумлението си от невероятния тиражен успех на „Дейли мейл“ – „Ние открихме истинска златна мина“. Вкус към четивното, стремеж към забавление, желание да приобщаване на социалните низини към скандално-политическите и светски пристрастия на висшето общество, отвращение към претенци-

озно-скупния стил на елитната преса – много се предпоставките, задействали пружината на успеха на този тип преса преса в Лондон.

„Дейли мейл“ е първият английски вестник, чиято цена е определяна въз основа на приходите от реклама, а не от продажби, както и първият вестник, обявяващ тиража си въз основа на данни на независими преброители. Рекламите се печатат на първата страница, подобно и на останалите вестници, но значително се увеличават страниците, посветени на спорт, за жени, забавление, новините от провинцията и местните съобщения. Основен акцент се поставя върху всекидневната сензация. За три години „Дейли мейл“ достига тираж от 500 хил. екз, а в началото на 20 в. и до 1 млн. екз. През 1905 г. той е първият английски вестник, който създава своя версия за европейската аудитория – „Континентъл Дейли мейл“ („Continental Daily Mail“, „Континентална всекидневна поща“). От 1909 г. започва да излиза и световното издание „Оувърсийс дейли мейл“ („Overseas Daily Mail“), което е насочено към аудиторията на английските колонии. През 1903 г. се появява и илюстрираният сензационен вестник „Дейли Илюстрейтид мирър“ („Daily Illustrated Mirror“, „Всекидневно илюстрирано огледало“).

Станал некоронования крал на британската преса и всепризнат неин първенец, Хермсуърт се опитва да пренесе успеха си и в САЩ. Поддържа добри връзки с почитания от него крал на „жълтата преса“ Джоузеф Пулицър, изградил подобен монопол около всекидневника си „Ню Йорк уърлд“. В различни периоди от живота си Хермсуърт притежава освен таблоидите „Дейли мейл“ и „Дейли мирър“, така и сериозните и качествени вестници „Таймс“ и „Обзървър“, съответно от 1905 и от 1908 г. до смъртта си през 1922 г. Той се намесва непрекъснато в работата на своите издания, неуморно редактира, организира и наставлява и с подписа „Шефа“, изпраща нарежданията си до редакторите. Най-категорична е позицията му през годините на Първата световна война, когато действа Официалното британско информационно бюро, специално създадено да контролира разпространението на информацията, свързана с хода на военните действия. Лорд Нортклиф е един от най-сериозните му критици, въпреки получената херцогска титла, с което отстоява независимостта на печата спрямо правителствената политика.

В започналата през 30-те години на 20 век „война между таблоидите“, по време на която се прилагат най-разнообразни похвати за увеличаване на тиража и печелене на читатели, „Дейли мейл“ губи част от пазарния си дял, но запазва позициите си в челото на масовите всекидневници и до днес. Сега „Дейли мейл“ има ирландска версия „Айриш

Дейли мейл“ („Irish Daily Mail“, „Ирландска всекидневна поща“), както и полска версия.

„Дейли мейл“ и неделното му издание „Мейл от сънди“ („Mail on sunday“, „Поща в неделя“), което започва да излиза от 1982 г., са собственост на компанията „Асосийтид нюзпейпърс“ („Associated Newspapers“ дъщерна фирма на обединението на лорд Ротърмиър (брат на лорд Нортклиф) „Дейли мейл енд дженеръл тръст“.

Успехът на двата таблоида се дължи на публикуването на интересни за читателите материали, насочени предимно към женската аудитория, която съставлява 53% от читателите на тези вестници. През последните години двата таблоида навлизат в конкуренция с „Таймс“ и останалите сериозни вестници, които също започват да излизат в компактен формат и да публикуват повече материали за мода, здраве и други теми, свързани с женския интерес.

„Дейли мейл“ отговаря на предизвикателството на качествената преса като пуска ново приложение „Стил на живот“, ориентирано към женската аудитория. Фотографии на известни жени все по-често се появяват на първите страници на „Дейли мейл“. След като „Таймс“ започва да публикува играта „Судоку“, това прави и „Дейли мейл“. „Дейли мейл“ увеличава и обема си на 128 страници (половината, от които цветни), за да се приближи до 156-страничния „Таймс“. Вестникът има и седмично приложение – „Дейли мейл Уикенд“ („The Daily Mail Weekend“), което е създадено през 1993 г. и съдържа основно програмата на телевизионните канали. Тиражът на „Дейли мейл“ е над 2 млн. и 350 хил. екз.

В стремежа да се противопостави на спортното приложение на в. „Таймс“ – „Игра“, „Мейл он сънди“ въвежда 25-странично спортно приложение, което е в сходен обем и също насочено към футбола. Сред интересните приложения на вестника са списанията „Ю“, „You“, „Виe“, което е ориентирано към женската аудитория, посветено е на теми като мода, козметични продукти, здраве, храна и любовни връзки и „Лайв“ (Live), което е насочено към мъжката аудитория.

Компанията, която притежава „Дейли мейл“ – „Дейли мейл енд дженеръл тръст“, притежава, заедно с руския бизнесмен Александър Лебедев, и „Лондон ивнинг стандарт“ („London Evening Standard“, „Вечерен стандарт на Лондон“), който е създаден през 1827 г. и е най-големият регионален вестник за района на Лондон. От 2009 г. се разпространява безплатно. Компанията издава още един безплатен вестник – английския „Метро“ („Metro“, „Метро“), който се публикува от 1998 г.

и за момента е най-тиражният безплатен вестник във Великобритания с 1 милион и 300 хил. екземпляра.

Най-тиражният вестник във Великобритания е таблоидът „Сън“ („Sun“, „Слънце“). Първият му брой излиза през 1964 г. Той е своеобразно продължение на „Дейли херълд“ („Daily Herald“). През 1969 г. го купува Мърдок, малко след като вече е станал собственик на другия популярен британски таблоид „Нюз ъв ди Уърлд“. Мърдок превръща и този вестник в таблоид, като отстоява обещанието, публикувано в първия брой на вестника – да предлага интересни и сензационни истории, предназначени за обикновените хора, а не за политиците или технократите.

Тиражът на „Сън“ е над 3 млн. и 120 хил. екз., като в периода между 1994 г. и 1996 г. достига до над 4 млн. и 800 хил. екз. Той е и най-тиражният англоезичен вестник в света. В много отношения „Сън“ използва вече наложения от другите таблоиди модел – по отношение на подредбата на рубриците, включването на поредица с комикси („Стрикър“, „Акса“), появата на популярната рубрика „Момичето на трета страница“. Като типичен таблоид, вестникът публикува неверни или силно преувеличени истории – като тази посветена на това как популярен английски комедиант е изял хамстера на своята приятелка или как популярният изпълнител Елтън Джон е ползвал мъжки проститутки. Елтън Джон завежда дело срещу вестника и печели най-голямото обезщетение в британската история в размер на 1 млн. британски лири. От 1987 г. вестникът издава своя версия и за Шотландия под името „Скотиш сън“ („The Scottish Sun“). Има и версия за Северна Ирландия – „Айриш сън“ („Irish Sun“). През 2008 г. вестникът пуска и своя версия на полски език – „Полски сън“ („Polski Sun“).

Другият таблоид „Нюз ъв ди Уърлд“ („News of the World“) е създаден през 1843 г. като най-евтино издание за своето време и е предпочитано от работническата класа. Мотото на вестника е „Тук е целият човешки живот“, а популярното му прозвище е „седмичник за секс и скандал“ („Sex n' Scandal weekly“). Успехът му се дължи на пикантните истории за живота на спортните звезди и разкритията за „греховните тайни“ на известни личности, изобличенията за лъжите на политиците и машинациите около уреждането на футболните мачове. Тиражът му доскоро бе 2 млн. и 700 хил. екз. Но след сензационните разкрития за подслушване на над 4 000 души – членове на кралското семейство, политици, шоузвезди и футболисти, полицейски патрули, жертви на атентатите в метрото, предизвикали дебати и разследване в парламен-

та, собственикът Рупърт Мърдок бе принуден да спре изданието, за да избегне по-големи санкции към световната си медийна империя. Само за седмица в началото на юли 2011 г. акциите на „Нюз корпорейшън“ на борсите в Ню Йорк и Австралия се сринаха с 13 процента и компанията бе поставена в листата на рисковите инвестиции. Чисто финансово, затварянето на „Нюз ъв ди Уърлд“ не бе голяма загуба, защото той даваше само 1 процент от печалбите на световната мегакомпания, но моралните щети бяха много големи. За да спре спадането на цените на акциите си, корпорацията бе принудена да отдели 5 млрд. долара в програмата си за обратно изкупуване на акции, за да обърне тренда. Уволнени бяха редица висши служители, включително издателят на качествения всекидневник „Уолстрийт Джърнъл“ в САЩ, придобит преди няколко години от Мърдок, поместени бяха огромни съобщения с извинения, предложения за нови етични стандарти, създаден бе независим комитет, който да контролира мениджмънта и журналистическите стандарти при събирането и интерпретирането на информацията. В края на февруари 2012 г. Рупърт Мърдок реши отново да привлече неделната аудитория на „Нюз ъв ди уърлд“ като започна издаването на неделно издание „Сън он сънди“ на другия си таблоид „Сън“. Изрично бе декларирано строгото спазване на етичните стандарти и отстранени някои по-предизвикателни визуални елементи като разголеното „момиче от трета страница“, заместено вече със снимка на някоя нашумяла и по-сдържано облечена поп певица.

Популярен таблоид е и „**Дейли експрес**“ („Daily Express“, „Всекидневен Експрес“), основан през 1900 г. от Артър Пиърсън, а през 1916 г. вестникът е закупен от родения в Канада британски журналист Уилям Максвел Ейткин. Неговата страстна борба в името на запазването на Британската империя му донася титлата лорд Бивърбрук през 1917 г. Под негово ръководство тиражът на „Дейли Експрес“ и на неделната му версия „**Сънди експрес**“ („Sunday Express“), създаден през 1918 г., расте. „Дейли Експрес“ е един от първите британски вестници, който публикува клюки, спортни новини и текстове, посветени на женски теми, както е и първият вестник във Великобритания, който започва да публикува кръстословици. Тиражът му сега е близо 800 хил. екз. А сега двата вестника са собственост на компанията „Експрес нюзпейпърс“ („Express Newspapers“), която притежава и вестниците „**Дейли стар**“ и „**Дейли стар съндей**“.

Най-голямата медийна групировка на вестникарския пазар във Великобритания е „Тринити мирър“ („Trinity Mirror“), която притежава

около 240 регионални издания. Най-известното ѝ заглавие е всекидневникът „Дейли мирър“ („Daily Mirror“, „Всекидневно огледало“). Той е основава през 1903 г. от Алфред Хермсуърт като вестник за жените, но много скоро го превръща в типичен таблоид – евтино илюстрирано издание с малък формат, но с акцент върху „главните“ новини и илюстрациите. През 1909 г. „Дейли мирър“ вече достига тираж от 1 млн. екз. и е последван от много други лондонски вестници. Сега тиражът е около 2 млн. и 400 хил. екземпляра.

В края на 30-те години „Мирър“ дори прави опит да стане вестника на всички социални слоеве. Възроден от новия си редактор Хари Гай Бартоломю, „Дейли мирър“ се превръща в издание на работническата класа, с ясно определена политическа насоченост, подкрепящ Лейбъристката партия. През 1984 г. вестникът, както и цялата вестникарска група са закупени от Робърт Максвел, който прибегва до безцеремонната употреба на похвати, характерни за „жълтата преса“, за да спечели надмощие в битката си с другия медиен могул Рупърт Мърдок. Тиражът на „Мирър“ стига до 4 млн. екз. След мистериозната смърт на Максвел през 1991 г. на яхтата му в морето изплуват редица финансови машиниции на Максвел и синовете му, злоупотребили с пенсионните фондове на своите служители, за да самофинансират групировката, инкасираща сериозни загуби след оттеглянето на основните спонсори.

Други заглавия на групата са неделните издания „Сънди мирър“ (Sunday Mirror) – основано през 1915 г., но под друго заглавие, с настоящето е от 1963 г. с тираж от 1 млн. и 600 хил. екз.; както и „Пийпъл“ (People) – основано през 1881 г. също под друго заглавие, с тираж от около 1 млн. екз..

*Сред водещите икономически издания трябва да се спомене в. „Файненшъл таймс“ („Financial Times“). Основан е през 1888 г., като първоначално е замислен като традиционен борсов лист, който да документира и информира за движението на валутните курсове, тренда на фондовата борса и да прави оценки на потенциалните инвестиции. Рекламирайки се като приятел на „най-честния финансист и най-отговорния брокер“, вестникът е насочен към финансовите кръгове в Лондонското сити. Изданието се определя и като „библия на борсовия посредник“ и като „общинското списание на Лондонското сити“. Днес изданието дължи световното си влияние не само на коментарните си и аналитичните рубрики и прегледи, но и на специфичната колона на първа страница с най-горещите политико-икономически новини, които фиксират вниманието на деловия свят към невралгичните точки на*



протичащата световна история. От 2 февруари 1893 г. вестникът започва да се печата на светлорозова хартия, превърнала се в знаков символ и повторен от множество бизнес и финансови издания по света.

От 1997 г. започва да издава своя американски вариант с ориентирано към американската аудитория съдържание, а от 2000 г. започва да излиза немскоезична версия на вестника под името „Файненшъл таймс Дойчланд“ („Financial Times Deutschland“). Към неделното издание на вестника като приложение излиза и списанието „Хау то спенд ит“ („How to Spend It“).

## СЪВРЕМЕННИ СПИСАНИЯ

Сред най-големите списания са женското седмично списание „Тейк ъ брейк“ („Take a Break“, „Отдъхни си“) с тираж от около 1 млн. екз. Известно е със своята аполитичност. Според различни социологически изследвания британското общество преживява период на умора от политиката, спад на интереса към дейността на парламента и политическите партии. За сметка на това редица актуални проблеми (като здравеопазване, екология, образование и възпитание) продължават да държат зрителския интерес. В списанието се представят теми, които са основни и за другите женски издания като статии за знаменитости, актуални проблеми, но се включват и светски клюки и развлечения.

Други популярни списания са седмичното „ОК!“, създадено през 1993 г. – най-голямото световно лайфстайл списание, което представя новини за живота и поведението на различни знаменитости. Излиза в 19 страници и има над 30 млн. читатели по целия свят. Основни конкуренти са му списанието „Гламър“ („Glamour“, „Блясък“), което започва да излиза във Великобритания през 2004 г., а е създадено в САЩ през 1939 г., „Хийт“ („Heat“, „Горещо“), създадено през 1999 г., което освен клюки и лайфстайл новини, представя и мода, както и „Хелоу!“ („Hello!“, „Здравей!“), създадено през 1988 г. като англоезичен вариант на испанското списание „Ола!“ („¡Hola!“), а няколко години по-късно за кратко излиза и френскоезична версия „Ола!“ („Ohla!“).

Особен интерес представлява и икономическото издание „Ди Икономист“ („The Economist“, „Икономист“), което е създадено от Джеймс Уилсън през 1843 г. „Икономист“ е седмично новинарско-коментарно списание. Световният му тираж е от 1 млн. и 300 хил. екз. Основен акцент в съдържанието му е върху бизнеса, политиката, международните новини, но има и рубрики, посветени на науката и технологиите, изкуството



и литературата. Изданието е собственост на компанията „The Economist Group“, която издава и вестниците „Файненшъл таймс“ и „Юръпиън войс“ („European Voice“), американския вестник „Рол Кол“ („Roll Call“) и списанието „Интелиджънт Лайф“ („Intelligent Life“).

## ИНФОРМАЦИОННА АГЕНЦИЯ

Специално внимание трябва да се отдели и на информационната агенция „Ройтерс“ („Reuters“), основана през 1851 г. от германеца Паул Юлиус Ройтер, който открива свое бюро в Лондон и за първи път организира пренасяне на информация през Ламанша с гълъби, следвайки примера на французина Шарл Хавас, основал първата информационна агенция в света. Сега агенцията притежава 196 офиса в 94 държави. За нея работят няколко хиляди журналисти по целия свят. Агенцията предлага както общи, така и специализирани в различни области новини и фотографии. Особено показателно е, че агенцията отрано поема контрола върху разпространението на борсова и икономическа информация и по нейни сведения приходите ѝ от тази дейност стигат до 70,0%. През 2007 г. „Ройтерс“ се обединява с канадско-американската корпорация за комуникационна техника „Томсън“, която контролира над 50,0% от новата компания, носеща името „Томсън-Ройтерс“.

## ЕЛЕКТРОННИТЕ МЕДИИ ДНЕС

Най-голямата радиотелевизионна компания във Великобритания е обществената Би Би Си – Бритиш бродкастинг къмпани (BBC, Британската корпорация за радио и телевизионно разпространение). Тя е основана през 1922 г., като получава лицензия за дейност на следващата година. През 1927 г. получава и Кралска харта, която представлява законовият акт, който регламентира работата на радиоинституцията. Оттогава досега този документ се актуализира на всеки 10-15 години, за да даде рамката на правата и задълженията на Би Би Си. Хартата дава право на Би Би Си да събира годишна такса – сума, която всяко домакинство в страната плаща за притежавания от него телевизионен приемник, като по този начин се осигурява издръжката на корпорацията и нейната независимост от държавата. Програмите на Би Би Си за страната финансово не зависят от правителството.

Вътрешните предавания на Би Би Си включват 2 национални ефирни телевизионни канала, 5 национални радиоканала, 39 регионални

радиостанции. Вътрешните предавания се финансират от лицензионната такса, която в момента възлиза годишно на 104 лири.

Радио каналите са:

**Би Би Си Радио 1** (BBC Radio 1) – нова музика, съвременни изпълнители, концерти на живо;

**Би Би Си Радио 2** (BBC Radio 2) – популярна музика и културна информация;

**Би Би Си Радио 3** (BBC Radio 3) – класическа музика и култура;

**Би Би Си Радио 4** (BBC Radio 4) – новинарски и актуални информационни програми, радиотеатър, научно-образователни програми;

**Би Би Си Радио 5 Лайф** (BBC Radio 5 Live) – новини и коментари от света на политиката и спорта.

Телевизионните канали са:

**Би Би Си 1** (BBC 1) – основен телевизионен канал с политематичен формат, с най-широк спектър от програми;

**Би Би Си 2** (BBC 2) – специализиран канал, алтернатива на Би Би Си 1;

**Би Би Си Нюз 24** (BBC News 24) – специализиран новинарски канал, излъчващ 24 часа в денонощието осведомителни бюлетини на всеки кръгъл час и кратки новини на всеки 15 минути;

**Би Би Си Чойс** (BBC Choice) – дава възможност зрителите да гледат любимите си програми от седмицата, излъчени по Би Би Си 1 и Би Би Си 2. Най-обширни спортни програми;

**Би Би Си Парлъмънт** (BBC Parliament) – излъчва заседанията на живо от Камарата на общините и пълен запис от заседанията в Камарата на лордовете, както и разисквания в политическите институции в Шотландия, Уелс, Северна Ирландия, Европейския парламент и в Конгреса на САЩ;

**Би Би Си Нолидж** (BBC Knowledge) – възможности за обучение – елементарни познания по четене, писане, смятане за деца, практически съвети за всеки зрител.

Би Би Си предлага и няколко комерсиални телевизионни канала. Те разчитат на утвърдения авторитет на английския обществен оператор. Така например Стийв Годард, маркетингов директор на Би Би Си Интернешънъл, канал насочен към елитна публика по целия свят изрично подчертава: Хората се обръщат към нас заради точността и безпристрастността и защото сме надежден източник на информация. Хората знаят, че работим професионално и взискателно, което осигурява надеждност. Ние имаме имиджа на необвързани и че не допускаме вли-

яния или партньорства. Ние инвестираме повече от други организации в новините, ние имаме хора на място за всяко събитие, ние сме по-близо до историите, за да ги разбираме. За Би Би Си като организация това се отнася от десетилетия. Хубавото на това е, че ние като младо търговско предприятие получаваме всичко това като наследство и ползваме тези ресурси.

Световни служби на **Би Би Си Уърлд Сървис (BBB World Service)** подготвят програми на 43 езика. Първото предаване за слушатели в чужбина се осъществява през декември 1932 г. Особено дейна е Би Би Си по време на Втората световна война, когато активно противодейства на нацистката пропаганда в предаванията си на немски език. Много популярни сред германското население са не само новинарските емисии, но и предаването „Писма от фронта“, в което пленени немски войници и офицери се обръщат към роднините си, за да ги успокоят, че са живи макар и в плен. По време на войната е създаден и отдел за психологическа диверсия чрез радиопропагандата, чиято задача е чрез фактически сведения да изобличава нацистката пропаганда и да осмива фашистките водачи чрез специално създадени за целта анекдоти и вицове. За ръководител на този отдел е назначен известният писател и есеист **Дж. Б. Пристли**.

Телевизионните служби стартират през 1991 г. чрез спътник, от 1995 г. започват предаванията на **Би Би Си Уърлдуайд (BBC Worldwide)**.

Световните служби не се финансират чрез лицензионна такса, а от специален фонд на Министерството на външните работи. Но правителството не се намесва в работата им.

Твърде популярен е и интернет сайтът на корпорацията – **Би Би Си нюз онлайн (BBC News Online)**.

Редакционни ценности, характерни за Би Би Си журналистиката са: 1) **дневен ред** – определяне на приоритетите и произтичащите от тях конкретни задачи за дадена програма; 2) **обществен интерес** – да се отразяват всички сериозни проблеми, по които обществото има право да бъде информирано; 3) **справедливост и независимост** – истинно отразяване на действителността без външна или вътрешно редакционна намеса и без цензура; 4) **баланс** – представяне на отразяваните проблеми, като се отчита цялото многообразие и различие в гледните точки; 5) **прецизност** – точност при представянето на отразяваните факти и образи.

Дългогодишни са усилията на английските правителства (особено на правителството на Маргарет Тачър) да подчинят Би Би Си на целине

и задачите на своята политика. На многобройните опити на екипа на „желязната лейди“ да диктува правилата, тогавашният председател на корпорацията отговаря: *„Правителствата идват и си отиват, а ние оставаме. Хартата на Би Би Си дава възможност на корпорацията да се съпротивлява на опитите да се дават указания от страна на каквито и да е било политически партии и в никакъв случай да не се отклонява от изпълнението на своя дълг...“*

Противопоставянето между корпорацията и консервативното правителство на Тачър се изразява в показване по телевизията на такива програми като „Войнствената политика на Меги“, с рязка критика на политиката на Маргарет Тачър, водеща едновременно война с профсъюзите в страната и с хунтата в Аржентина за Фолклендските (Малвински) острови. Би Би Си се стреми балансирано да представя положението в Северна Ирландия и действията на националистическата организация Ирландска републиканска армия (ИРА), организираща чрез различните свои крила както политически протести, така и серия от атентати като най-успешния е този в Брайтън, по време на конгреса на Консервативната партия. Би Би Си разкрива и пропуските в политиката на сигурност и съзнателното премълчаване на насилието, извършвано над арестувани ирландски симпатизантиза и активисти на ИРА. Тачър постоянно се възмущава, че обществената корпорация не желае да стане рупор на нейната политика.

След промяната във властта през 1997 г. и идването на лейбъристите начело с Тони Блеър, отношенията на английското правителство с Би Би Си се подобряват. За това помага и членството в Лейбъристката партия на тогавашния генерален директор на корпорацията Джон Берт. Приемникът му след 2000 г. **Грег Дайк** поддържа лейбъристите и даже прави парични дарения за тяхната предизборна кампания. Председателят на Би Би Си след 2001 г. **Гевин Дейвис** също членува в лейбъристката партия. Навярно тези толкова близки отношения между управляващите медията и управляващите държавата провокират консерваторите иронично да разшифроват абревиатурата на Би Би Си като „Медийната корпорация на Блеър“ (BBC – „Blair’s Broadcasting Corporation“).

Пропукването на хармоничното им сътрудничество обаче започва през 1998 г., когато в програмата „Вечерни новини“ по канал Би Би Си 1 журналистът **Матю Перис** определя Питър Менделсън, министър на търговията и промишлеността, като хомосексуалист, след като просто повтаря прочетеното в таблоида „Сън“. При избухналия скандал, ръководството на Би Би Си поднася извинения и налага вътрешни огра-

ничения пред журналистите да изнасят каквато и да е информация за личния живот на министъра.

Противоречията продължават с нова сила, когато Би Би Си праща в започналата в Ирак война, собствени кореспонденти. Тяхната дейност не се харесва на съветника на Блеър по въпросите да комуникацията Алистър Кемпбъл. Според него репортажите им не отразяват достатъчно адекватно подкрепата на английското правителство на американската политика за нападение на Ирак. Обективната гледна точка на Би Би Си дразни правителството, което отчита, че и общественото мнение на Острова е раздвоено по въпроса за нахлуването в Ирак. Кемпбъл предлага на ръководството на корпорацията да смени кореспондентите. Генералният директор на Би Би Си Грег Дайк не се поддава на натиска, а писмата му до Блеър са публикувани във в. „Сънди таймс“ през февруари 2004 г.

Реакцията на медията проличава, когато на 29 май 2004 г. в сутрешната програма на Би Би Си Радио 4 журналистът Ендрю Гилигън съобщава, че английското правителство е фалшифицирало досието на съветника в Министерството на отбраната Дейвид Кели, в резултат на чийто данни за наличие на оръжия за масово поражение в Ирак, правителството и парламентът са взели решението английската армия да участва във военните действие в Ирак.

Правителството притиска Би Би Си да съобщи източника си на информация, успоредно провежда собствено разследване и разбира, че информацията е дадена от самия Кели. Въпреки че Би Би Си запазва източника си на информация, името му все пак публично е разкрито от „Дейли мейл“. В резултат Кели се самоубива, а по-късно излизат материали от медицинската комисия, която оспорват факта за самоубийството му. Създадена е специална правителствена комисия, която да разследва информациите. Тя е оглавена от консерватора лорд Брайън Хътън и през януари 2004 г. публикува доклад, в който прехвърля отговорността за представянето на непроверена информация върху Би Би Си.

В отговор председателят на Би Би Си Гевин Дейвис и генералният ѝ директор Грег Дайк подават оставки. Журналистическата гилдия ги подкрепя, организирана е многохилядна демонстрация на служителите на корпорацията, които застават зад лозунга „Върнете Дайк!“ и определят бившия си ръководител като „борец за мъжествена, независима и обективна журналистика“.

За нов директор е назначен Марк Байфорд, а за председател на Би Би Си временно е определен лорд Райдър. Вътрешноредакционна-

та политика на корпорацията обаче търпи сериозни промени. Започва старателно наблюдение на работата на отделни журналисти от информационните и новинарски програми. Наложена е практиката при съобщаването на новини, които произлизат от един единствен източник, да се взема съгласието на отговорния редактор, забранено е предаването на извънредни новини, част от журналистите са уволнени, а други – принудени да посещават специални двудневни семинари, на които ги учат на „безпристрастност на мисленето“ и отказ от „ляво либерални предубеждения“. Създаден е отдел за жалби, в който недоволните от програмите на корпорацията могат да протестират. Стига се и до курьозите – Би Би Си да се извинява на аудиторията си щом един слушател се оплаква, че е засегнат от изказването на водещия програмата „Слово“ по Би Би Си Радио 3, който е отбелязъл, че списанието „Поетри ревью публикува малко стихове на жени-поетеси, или когато зрител се почувствал засегнат от програмата на Би Би Си 1, която излъчвала „твърде сексуалното“ изпълнение на танцовата група „Фикс“.

Журналистите се опитват да реагират, популярни имена като Джон Симпсън, редактор на международния отдел, Джон Хейфрис, редактор на програма „Днес“, Джефри Рендел, редактор на отдела на икономически новини и Джереми Паксмън, водещ на програма „Вечерни новини“ и автор на популярния трактат „Политическото животно“, пишат писмо до лорд Райдър, в което искат да се прекрати унижителното положение, в което се поставя корпорацията. Представители на 40 профсъюзи, действащи в Би Би Си, обсъждат план за протест пред парламента под лозунга „Ръцете долу от Би Би Си“, а абревиатурата Би Би Си започва да се чете като „Отвъд контрола на Блеър“ („Beyond Blair's control“).

Водещото положение на Би Би Си е застрашено и от силната конкуренция на частните медии. Стартът на частните телевизии е през 1955 г., когато се появява първата частна телевизия „**Индипендънт Ти Ви**“ или по-известна като **Ай Ти Ви (ITV, Независима телевизия)**. Тогава в телевизионния ефир на Великобритания за първи път се появява и телевизионната реклама. Ай Ти Ви представлява мрежа, в която влизат 15 частни регионални компании, различни по големина и мощ, които предлагат на аудиторията отделни и интегрирани местни програми. В състава на мрежата влизат няколко лицензирани оператори, които предават обща програма в отделните часови пояси. А в останалите часове се предлагат отделни програми, съобразени с интереса на аудиторията от различните региони.

Ай Ти Ви 1 е най-популярният телевизионен канал във Великобритания с по-висок рейтинг и от Би Би Си 1. Каналът предлага най-различ-

ни документални филми, новини, спортни, културни и развлекателни програми. Телевизията инвестира много големи суми за продуцирането на собствени програми.

В края на 1998 г. тръгва още един канал – Ай Ти Ви 2, който е с дигитални възможности, национален обхват и се приема чрез кабел. Покъсно се появяват още няколко дигитални канала Ай Ти Ви 3, Ай Ти Ви 4 и Си Ти Ви.

Новинарските емисии се продуцират основно от Агенцията за независими телевизионни новини – Ай Ти Ен (ITN – Independent Television News).

През 1982 г. стартира още една комерсиална телевизия – Чанъл Фор (Channel 4, Канал 4), със средства, набрани от Ай Ти Ви. Каналът предлага широка гама от програми като се отделя минимално време за новини, актуални информационни и образователни програми. Много малко от програмите по Канал 4 са произведени от него самия. От 2004 г. компанията има и радио станция – **4Radio**.

В края на 1982 г. започва да излъчва и Четвърти телевизионен канал на уелски език – Ес Фор Си (S4C).

През 1982 г. стартира каналът Сателайт телевижън, който през 1984 г. е купен от Рупърт Мърдок и името е сменено на Скай ченъл (**Sky Channel**), а от 1989 г. е с името Скай 1. В началото на 1990 г. започва да излъчва и каналът Бритиш Сателайт Бродкастинг (British Satellite Broadcasting). Тези два канала се сливат в края на 1990 г. и създават Бритиш Скай Бродкастинг (British Sky Broadcasting – BSkyB). В рамките на мрежата сега оперират над 20 канала като например Скай 2, Скай арт, Скай спорт, Скай нюз и други. Чанъл Файв – Пети канал започва да излъчва от началото на 1997 г. През последните години са създадени още няколко специализирани като формат телевизионни канали, които са насочени към специфичните интереси на аудиторията и са предимно към утвърждаването на модела на интерактивната и платената телевизия, стъпващи на платформата на новите дигитални технологии.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

През четиривековната си история британската журналистика минава през много перипетии, среща се със сериозни предизвикателства и забрани, изгражда собствен стил на обективност и непримиримост към неправдите и съпричастност с проблемите и тревогите на обществото. Английският печат е пръв в Европа и света, който рязко се политизира



и се превръща в активен участник в социално-политическите процеси. Той решително се противопоставя на рестриктивните закони и икономическите налози и се развива като действителен опонент на феодалния и парламентарния диктат. В Англия се заражда качествената преса като авторитетна национална институция, появяват се масовите издания на пени прес, създават се първите монополни обединения и между таблоидите се разгаря ожесточена битка за читатели. Тук най-рано се заражда професионалното самосъзнаване и обединяване на журналистите, формират се и първите етични кодекси, изработват се принципите на редакционна отговорност и вътрешна саморегулация (Би Би Си) и се защитават правата на журналистиката като важен фактор в обществения диалог, като гарант за съхраняването на плурализма на мненията и демократичността на обществения избор („Таймс“, „Гардиан“, Хартата на Би Би Си и други).

В областта на електронните медии и до днес съществува принципа за гарантиране на обществения интерес чрез запазване на статута на обществените оператори, които наред с търговските, информират аудиторията и предлагат своите интерпретации на текущите събития и глобалните процеси. Въпреки че всекидневните британски издания са концентрирани предимно в столицата (като тираж и брой заглавия) съществува и добре развита провинциална преса, която има по-малък тираж, но кореспондира с информационния интерес на регионалните общности.

Добре развитата мрежа на популярните уикенд издания към водещите всекидневници е утвърдена форма на обществена комуникация, която се развива най-често за сметка на магазинните или новинарски списания, много разпространени в други европейски държави. Тази специфика, наред със слабото присъствие на строго партийната преса, са едни от ключовите характеристики на британския медиен модел.

## Литература

Английският печат за Илинденско-Преображенското въстание. 1903 г., С., 1998. Македонски научен институт.

Блек, Д. История на Британските острови. С., 2008. Рива.

Брайсън, Б. У дома: кратка история на личния живот. С., 2011. Еднорог.

Бърк, П. Народната култура в зората на модерна Европа. С., 1997. Издателство „Кралица Маб“.

Василев, Г. Българската „ерес“ и английската реформация. С., 2011. Изток-Запад.

- Генов, Р. Гладстон. С., 1996. Отворено общество.
- Гунев, Г., И. Илчев, Уинстън Чърчил и Балканите. С., 1989, Издателство на Отечествения фронт.
- Дейвис, Н. Европа. История. Велико Търново. 2 005. Абагар.
- Джонсън, П. Съвременността. Светът от 20-те до 90-те. С., 1993. Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
- Енциклопедия – История на света. С., 2 002. Фют.
- История на света в дати – 38000 пр. Хр. – 2001 сл. Хр. С., 2 002. Атлантис.
- Марков, Г. Светът през ХХ век. Летониз. С., 2 000. Издателство „Дамян Яков“.
- Настев, Г. Дизраели лорд Биконсфилд и освобождението на България от турско робство. Книга първа и втора. С., 1996. Любомъдрие.
- Освобождението на България. Материали от юбилейна международна сесия в София. С., 1982. Издателство на БАН.
- Паксман, Д. Политическото животно (анатомичен анализ). С., 2 003. Ед-норог.
- Пантев, А., Х. Глушков, Р. Мишев, История на новото време. Велико Търново. 1998. Абагар.
- Репортажи за освободителната война 1877-1978. Съставител Людмила Генова. С., 1978. Издателство на Отечествения фронт.
- Сампсън, А. Променящата се анатомия на Британия. С., 1984. Партиздат.
- Световната съвест говори. Избрана публицистика за Априлското въстание 1876 година. С., 1978. Наука и изкуство.
- Тачър, М. Годините на Даунинг стрийт. С., 1992. Издателство „Слънце“.
- Тачър, М. Изкуството на държавника. Стратегии за промяна на света. С., 2 002. Издателство „Слънце“.
- Тачър, М. Живот и политика. С., 2005. Издателство „Слънце“.
- Тодоров, Дафин. Чуждестранна журналистика. С., 1977. Наука и изкуство.
- Трухановски, В. Г. У. Чърчил. С., 1970. Издателство на Отечествения фронт.
- Чърчил, У. Втората световна война. Мемоари. Том 1. Назряващата буря. С., 1993. Издателска къща „Труд“.
- Чърчил, У. Втората световна война. Том 2. Звезден миг. С., 1994. Издателска къща „Труд“.
- Шарп, П. Дипломацията на Тачър. Възраждането на британската външна политика. С., 1998. *Principes*.
- Brown, L. *Victorian news and newspapers*. L., 1985. Routledge.
- Chapman, J. *Comparative Media History. An Introduction: 1785 to the Present*. Cambridge, Mass., 2 005. Polity Press.
- Conboy, M. *Journalism: A Critical History*. L., 2 004. Sage.
- Curran, J., J. Seaton. *Power without responsibility. The Press and Broadcasting in Britain*. Fourth Ed., L., 1991. Routledge.

- Freedom in Arms. A Selection of Leveller Writings. Ed. by A. L. Morton. Berlin, 1975. Seven Seas Book.
- Grant, J. The Newspaper Press: its origin, progress and present position. Vol. -III. L., 1871. Times Publishing Company.
- Herd, H. The March of Journalism. The Story of the British Press from 1622 to the Present Day. L., 1952. George Allen & Unwin LTD.
- History of The Times. Vol. 1. The Thunderer in the Making: 1785-1841. L., 1845. Times Publishing Company.
- History of The Times. Vol. 2. The Tradition Established: 1841- 1884. L., 1889. Times Publishing Company.
- Investigating Victorian Journalism. Ed. by L. Brake. N.Y., 1990. Sage.
- Kavanagh, D. The Road of British Politics. Politics after Thatcher. L., 1997. Sage.
- McNair, B. Journalism and Democracy. Evaluation of the political public sphere. London & N.Y., 2 000. Routledge.
- McNair, B. An Introduction to Political Communication. L., 2 003. Routledge.
- Markets and Myths: forces for change in the European media. Ed. by A. Weymouth, B. Lamizet. L., 1996. Longman.
- Negrine, Ralph. Politics and the Mass Media in Britain. L., 1994. Routledge.
- Nineteenth Century Media and the Construction of Identities. Ed. by L. Blake, L. Bell, D. Finkelstein. L., 2 000. Palgrave.
- Political Journalism. New Challenges, New Practices. Ed. by R. Kuhn, Erik Neveu. L., 2 002. Routledge.
- Shannon, Richard. A Press Free and Responsible. Self-regulation and the Press Complaint Commission, 1991- 2001. L., 2 001. John Murray.
- The Encyclopedia of the British Press. 1622- 1992. Ed. by Dennis Griffiths. N.Y. 1992.
- The Faber Book of Reportage. Ed. by John Carey. London, Boston, 1987. Faber and Faber.
- Kelly, M., G. Mazzoleni, D. McQuail (eds.) The Media in Europe. The Euromedia Handbook. L., 2 004. Sage.
- The Oxford History of Modern Europe. Ed. by T.C. W. Blanning. Oxford. 2 000. Oxford University Press.
- Tunstall, J., M. Palmer. Media Moguls. L., 1993. Routledge.
- Tunstall, J. Newspaper Power. Oxford. 1996. Clarendon.
- White, R. B. The English literary journal to 1900. L., 1977.
- Wintour, C. Pressures on the Press. An editor looks at Fleet street. L., 1972, Deutsch.

### 3: ГЕРМАНИЯ

*Мария Вазински*

#### ПЪРВИТЕ ИНФОРМАЦИОННИ И ПЕЧАТНИ ИЗДАНИЯ: ПРЕДТЕЧИ НА ЖУРНАЛИСТИКАТА

Историята на медиите в Германия започва рано – още преди откритието на печатарската преса на немския златар и надарен изобретател Йоханес Гутенберг да завладее Европа и да промени изцяло обществено и културното развитие на континента.

Първите информационни носители на немска земя с широко разпространение са на границата между личното и публичното: това са търговските писма, появили се още в края на Средновековието<sup>76</sup>, съдържащи известия с чисто прагматично значение за търговията, но и за политическия, стопанския и културния живот. Писани на ръка, в много случаи от автори, които нямат личен пазарен интерес, те са имали за цел да информират заможните търговци за реалното положение в големите центрове на търговията. Най-известен пример е тъй нареченото „Фугерцайтунг“, издавано между 1585 и 1605 година от търговска къща Фугер като една от най-мощните и заможни по това време в Германия. Разбиращи колко голямо е значението на бързата и обективна информация за успеха на сделките им, собствениците на търговска къща Фугер организират собствена кореспондентска мрежа за разпространение на писмени новини. Запазени са 35 хиляди страници от търговските писма на „Фугер“, които са били предоставяни и на политически влиятелни личности. През 1588 г. в град Аугсбург се организира и първото кореспондентско бюро от Йеремия Красер, който работи и за Фугер.

В началото на 15 век се развива и налага едно понятие, което играе основна роля в областта на медиите и до днес: „цайтунг“. За първи път то се появява през 1502 г. като заглавие в един текст, който съобщава за завладяването на остров Лесбос от френските и венецианските войски<sup>77</sup>.

---

<sup>76</sup> Rudolf Stoeber. Deutsche Pressegeschichte. 2005. UVK Konstanz, S. 36-37.

<sup>77</sup> Виж по-подробно при Schottenloher, Karl (1922) Flugblatt und Zeitung: ein Wegweiser durch das gedruckte Tagesschrifttum. Berlin, S. 157.

Първоначално с това определение се обозначават всякакви „новости“, „новини“. В съвременният немски език „цайтунг“ означава „вестник“.

Благодарение на изобретяването на печатарската преса от Йоханес Гутенберг след 1440 г. в Германия започва да се развива книгопечатането. Свързано с него е развитието на тъй наречените „хвърчащи листове“ („Flugblätter“ с обем един лист и „Flugschriften“ с обем от няколко страници). Те излизат еднократно, по конкретен повод, а не периодично. Докато еднолистните послания обичайно са посветени само на една тема и осведомяват главно за многобройни необикновени и вълнуващи събития – от сключването на мирен договор до астрономическите явления, то обемните „Flugschriften“ често са полемични, изпълнени с политическа пропаганда или предназначени за религиозно възпитание, съдържат искания за реформи като премахване на крепостничеството, за права на селяните, за ликвидиране на имотите на църквата.<sup>78</sup>

Емоционалните послания, назидателният, проповедническият или полемичният тон на хвърчащите листове ги отличава от така наречените „Нойе Цайтунг“ („Newe Zeytung“, „Neue Zeitung“)<sup>79</sup>. Тези предтечи на модерния вестник не съдържат идеологическо послание, те информират за конкретни събития и излизат по определен повод, а не периодично. За разлика от хвърчащите листове, цайтунгите почти не използват илюстрации. Създаването на единна пощенска мрежа улеснява разпространението на новините.

Освен печатарската техника, огромно значение за развитието на медиите играе и инфраструктурата, създаването на нови пътища, които улесняват разпространението на първите печатни издания.

В края на 15 век император Максимилиан възлага на заможната фамилия Турн унд Таксис създаването на постоянни пощенски линии в цялата страна. Създадената пощенска служба разчита на куриери, които пренасят пощата между отделните постове, наричани ординари, в Свещената римска империя на германската нация. Чрез тях се разпространяват и много търговски писма с новини.

Сред първите периодични издания са тъй наречените месрелации, своеобразни хроники, издавани най-често веднъж на половин година и достигнали най-широкото си разпространение през 1600 до 1630 годи-

---

<sup>78</sup> Виж по подробно например при Stoeber, S. 34-37 и при Schilling, Michael (1990): Bildpublizistik der frühen Neuzeit. Aufgaben und Leistungen des illustrierten Flugblatts in Deutschland bis um 1700. Tübingen.

<sup>79</sup> Буквално „нова новина“, тъй като „цайтунг“ по това време се използва в смисъл на „новина“, а „нойе“ означава „нова“.

на. Те са издавани в големи панаирни градове като Кьолн, Лайпциг и Франкфурт, съдържат около 100 страници и имат регионален акцент.<sup>80</sup>

Огромно значение придобиват хвърчащите листове в епохата до Реформацията. Това масово религиозно и обществено движение променя историята на Европейския континент и води до разделянето на западното християнство в различни изповедания – католическо, протестантско, лутеранско, англиканско и др. Най-важната културна последица е превеждането на Библията на говоримия немски език, което прави нейните текстове достъпни за всички вярващи и ускорява развитието на немската култура. Основна роля изпълняват текстовете на немския теолог Мартин Лутер. През 1517 г. той обявява своите „Деветдесет и пет тезиса“, с които призовава за радикални реформи в църквата. Той се обявява срещу злоупотребите в католическата църква. Основната му критика е срещу продажбата на индулгенции и властта на папата върху опрощаването на греховете.

В бурното време на промени, хвърчащите листове се използват от всички страни в големия обществен спор за реформацията на църквата и за политическите промени. Влиянието на Лутер сред народа е използвано от немските принцове за политически цели – най-вече за намаляване на влиянието на папата и императора. През 1520 г. Мартин Лутер е изправен пред германския райхстаг във Вормс, на който присъства и римският император Карл V. Направен е неуспешен опит той да бъде принуден публично да се откаже от възгледите си.

Разделението на църквата води до множество религиозни войни в Западна и Централна Европа между католици и протестанти. За край на Реформацията се приема подписването на Вестфалския мирен договор през 1648 г., с който религията (и църквата) престават да играят толкова важна роля в европейската политика.

## 1609 ГОДИНА: РАЖДАНЕТО НА ВЕСТНИКА

През 1609 година се публикуват две печатни издания, които се смятат за първите немски вестници:

- Първият периодично печатан немски вестник е **„Авизо релацион одер цайтунг“** („**Aviso Relation oder Zeitung**“), публикуван в град Волфенбютел в херцогство Брауншвайг на 15 януари 1609 г. Негов издател е Юлиус Адолф фон Зьоне. Позицията на вестника е на страната на протестантите.

---

<sup>80</sup> Rudolf Stoeber. Deutsche Pressegeschichte. 2005. UVK Konstanz, S. 36-46.

- Същата година се появява и друг вестник „**Релацион алер фюрнеммен унд геденквюрдиген хисториен**“ („**Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien**“), публикуван в Страсбург от Йохан Каролус.

И до днес съществуват различни мнения кой от двата вестника се е появил пръв и може да се приеме за първият вестник в света. И двата вестника излизат седмично, те имат малък обем между четири и осем страници, ограничен тираж, приличат си в подбора на новините и представят кратки информации по различни теми.<sup>81</sup>

Между 1618 г. и 1648 г. в Европа бушува Трийсетгодишната война. Тя е изключително кръвополитна и се развива най-вече на територията на Германия, довежда до намаляването на населението с близо 30%, до териториалното раздробяване на страната, разоряването на цели региони като Померания и Мекленбург, до социалното и политическото изоставане на пострадалите райони. След Вестфалския мирен договор Германия е разделена на повече от 300 държави.

Тези събития естествено забавят и развитието на печата, териториалното раздробяване пречи на утвърждаването на издания с голям тираж и разпространение. В резултат на Трийсетгодишната война нараства интересът към политическите събития и новини, което се отразява и в тематичното развитие на печатните издания. С напредването на войната хвърчащите листове придобиват политически характер. Характерно за това време е ниският тираж на изданията, който през 17 век рядко надхвърля 400 екземпляра.

През 1660 година в Лайпциг печатарят Тимотеус Рич издава първия всекидневник в Германия и в света. Изданието се нарича „**Ной-айнлауфенде нахрихт фон кригс-унд-велтхенделн**“, („**Neu-einlauffende Nachricht von Kriegs und Welt-Händeln**“, или „Нови, постоянно пристигащи съобщения за военни и световни събития“). То излиза шест пъти седмично. Тимотеус Рич има опит в издаването на печатни издания: той години наред е издавал седмичника „**Айнкоменден цайтунген**“ („**Einkommenden Zeitungen**“).<sup>82</sup> През 1663 г. немският поет и писател Георг Грефлингер създава вестника „**Норддойчер Меркуриус**“ („**Norddeutscher**

<sup>81</sup> Виж Schroeder, Thomas. Die ersten Zeitungen: Textgestaltung und Nachrichtenauswahl. 1995, Tübingen, Gunter Narr Verlag, S. 26-30.

<sup>82</sup> Bogel, Else; Blühm, Elger (1985) Die deutschen Zeitungen des 17. Jahrhunderts: ein Bestandsverzeichnis mit historischen und bibliographischen Angaben. Band 1, Bremen, S. 140; 161.



**Mercurius**“, „Северногермански Меркурий“), в който за първи път се използват рубрики за подреждане на статиите.

## СТОЛЕТИЕТО НА СПИСАНИЯТА

Териториалното раздробяване на Германия пречи на развитието на издания с голям тираж и разпространение. Цензурата от страна на властта ограничава възможностите на издателите и журналистите. Създава се сложна ситуация – властта и аудиторията прекалено силно притискат издателите и журналистите. В резултат на този дисбаланс на медийния пазар възниква списанието като нова неполитична форма. Тази епоха в развитието на печата в Германия често се нарича „столетието на списанията“, времето между Вестфалския мирен договор от 1648 година, който слага край на Тридесетгодишната война и избухването на Великата френска революция от 1789 г.

Но кои издания успяват да се наложат в това време на цензура и несигурен живот за издатели и журналисти, на развиващ се абсолютизъм и формиращо се Просвещение? Къде търсят интелектуален стимул и нови духовни пространства онези свободни духове от прослойките на еманципиращото се бюргерство, които подготвят раждането на модерността и новото време?

С подписването на Вестфалския мирен договор се свързва и раждането на първите суверенни национални държави, което определя политическият облик на Европа столетия напред. През 17 и 18 век в Западна и Централна Европа нараства значението на природните науки. Научните, теологичните и моралните списания стават платформа за дискусии на широк спектър от теми, сцена за изява за най-светлите умове на времето. Особена роля имат литературните списания, които се занимават и с политически въпроси. В литературните списания се налага темата за създаването на единен литературен немски език, за общогерманското културно, историческо, а по-късно – и политическо съзнание.

Приносът на списанията за развитието на немската култура е огромен – чрез растящата си популярност и тематичното си разнообразие те изграждат в обществото публичност и публично пространство, интегрират нови читателски групи и допринасят на територията на множеството немски държави и държавици да се развие единен немски език и обща писмена култура.

Първото научно списание в Германия е „**Акта Ерудиторум**“ („**Acta Eruditorum**“, „Известия на образованието“), което се появява

през 1682 г. в Лайпциг и излиза в продължение на един век на латински език. Негов издател е лайпцигският професор по философия Ото Менке. Една от целите на изданието е да спомогне за развитието на немската наука, както и амбицията за доброто представяне на приноса на немските учени на европейско равнище. В списанието се публикуват както рецензии за нови научни издания, така и кратки научни съчинения. Тематично преобладават статиите от областта на математиката и природните науки. От средата на 18 век се налагат съчиненията на исторически и географски теми, а значението на теологията намалява.<sup>83</sup>

Като един от първите немски журналисти се проявява и Кристиан Томазиус, професор по право в Лайпциг, издател на научното списание „Монатсгешпрехен“ („*Monatsgesprächen*“, „Месечни разговори“), което започва да излиза през 1688 г.

Известен с разкрепостения си дух, с любовта си към необикновеното, Томазиус постоянно успява да шокира и провокира съвременниците си. Чрез предизвикателното си поведение и смелостта на независимия си дух, Томазиус, който често сменя традиционната тога на преподавател с пищен моден костюм, когато се явява пред студентска аудитория, успява да наложи редица нововъведения. Така например той шокира консервативните си колеги-юристи, провеждайки първата лекция на немски език, като се отказва от международния език на науката по онова време – латинския. Последвалото, макар и бавно налагане на немския език в академичната преподавателска дейност спомага за развитието на литература на единен немски език и на германската култура като цяло.<sup>84</sup>

В „Монатсгешпрехен“ Томазиус, който е и единствен автор на статиите, критикува полицейщината в държавата, двуличието на прекалено религиозните и закостенели принципи на академичната дейност, но и работите на мнозина свои колеги. При това той използва стилистичните средства на иронията и сатирата. Тази острота на стила, както и публикуваните карикатури кара някои историци да посочват Кристиан Томазиус като един от предтечите на скандалната журналистика.<sup>85</sup>

---

<sup>83</sup> Döring, Detlef (2004) „Acta eruditorum“. In: Eichler, Klaus-Dieter; Schneider, Ulrich Johannes (Hrsg.): Zur Alltagsgeschichte der Philosophie in Leipzig, Leipzig, S. 32-33, hier: S. 32-33. Stöber, S. 93f.

<sup>84</sup> Виж Krause, Konrad (2003) *Alma Mater Lipsiensis: Geschichte der Universität Leipzig von 1409 bis zur Gegenwart*, Leipzig, S. 71 ff.; Rathmann, Lothar. (Hrsg.): *Alma mater Lipsiensis Geschichte der Karl-Marx-Universität Leipzig*, Leipzig, 1984.

<sup>85</sup> Виж Rathmann, Lothar (Hrsg.): *Alma mater Lipsiensis Geschichte der Karl-Marx-Universität Leipzig*, Leipzig, 1984.

Емблематична за духа на епохата е стилистичната форма, която Кристиан Томазиус използва в „Монатсгешпрехен“: формата на разговора, при която фиктивни участници изказват мнението си по дадена тема, без мнението им да бъде филтрирано от преразказващ автор. Това многогласие на медията е типично за времето на Просвещението, в което разумният избор между различни аргументи, претеглянето на алтернативни тези и самостоятелното мислене са основен идеал на авторите.

В течение на 17 век на територията на германските земи се оформят двама мощни политически актьори: Прусия, която чрез коронацията на крал Фридрих през 1701 г. придобива статута на кралство и Австрия, при която тъй наречената Практическа санкция на Карл VI, император на Свещенната римска империя от династията на Хабсбургите, от 1713 г. подsigурява неделимостта на владенията на Хабсбургите и възможността за наследяване от женски наследници. Този акт осигурява трона на дъщерята на Карл VI – Мария Терезия, която утвърждава принципите на абсолютизма в Австрия.

Първото морализиращо списание в Германия е „Дер Фернюнфтлер“ („Der Vernünftler“, „Умник“), което се появява през 1713 г. Морализиращите списания („Moralische Wochenschriften“) играят важна роля за освобождаването на буржоазията от духовните вериги на тесногледия религиозен фанатизъм, спомагат за разпространението на идеалите на Просвещението. Една от целите, които си поставят издателите на този тип списания, звучи днес – в епохата на социалните мрежи и Web 2.0 – учудващо актуално. Те се стремят към активизирането на читателя, към превръщането му от консуматор в активен участник. Идеалът им е стимулирането на самостоятелното мислене на читателя, еманципацията му, който от благочестив консуматор на религиозни поучения се развива до разумен гражданин, от поданик в съграждащ обществената сграда, от духовен крепостник в модерен човек: съмняващ се, търсещ, мислещ, решаващ.

Списанията са адресирани към образованата широка публика, към еманципиращата се буржоазна класа. Тази аудитория включва вече и жените. Основен идеал на авторите на морализиращите списания е човекът, който се ръководи от разума, а не от проповедите на традиционни авторитети като аристокрацията или църквата. За пример на морализиращите списания служат френското „Mercure Galant“, както и английските „The Tatler“ и по-късните „The Spectator“ и „The Guardian“.<sup>86</sup>

---

<sup>86</sup> Виж. Stöber, S. 89.

Огромнен принос в развитието на литературните списания в Германия има сътрудничеството в тях на известния немски драматург, изкуствовед и литературен критик Готхолд Ефраим Лесинг и създаденото от него списание „Хамбургшише драматурги“ („**Hamburgische Dramaturgie**“, „Хамбургска драматургия“), което излиза в периода 1767 – 1769 г.

Емблематично за прехода към типа на политическо-литературното списание е „Тойчер Меркур“ („**Teutscher Merkur**“, „Немски Меркурий“), което започва да излиза през 1773 г. с издател Кристоф Мартин Виланд<sup>87</sup>.

По-късно се появяват историко-политическите списания, които изразяват предимно интересите на определено съсловие. Едва след време политическите списания формулират исканията за единна германска държава, за утвърждаване на гражданските идеи в Германия. Най-характерно е появилото се през 1774 г. в Аугсбург списание „Дойче Хроник“ („**Deutsche Chronik**“, „Немска хроника“) на Кристиан Фредерик Даниел Шубарт, прекарал 10 години във феодалните затвори заради критиката си на аристокрацията и църквата.

През втората половина на 18 век разпространението на списанията като разнообразие на заглавията и ръст на тиражите достига такива мащаби, че кара драматургът Готхолд Ефраим Лесинг да възроптае: „Всеки млад човек, овладял по малко немския език и попрочел тук и там по нещо, издава в днешно време списание“<sup>88</sup>.

Интересен представител на вестникарския жанр през 18 век е „Хамбургер унпартайшер Кореспондент“ („**Hamburgischer unparteyischer Correspondent**“, „Хамбургски безпартиен кореспондент“), излизащ между 1712 г. до 1934 г., отчасти под друго заглавие. Името на вестника е програма – той залага на обективна информация, разследвана от собствени кореспонденти в големите европейски столици, съчетавана със силна локална редакция. Собствените разследвания, провеждани от професионални журналисти, мощната кореспондентска мрежа, гарантираща независимост от държавни и военни източници на информация, допринасят за главоломния ръст на тиража на „Кореспондент“: от 21 000 броя през 1780 г. до 51 000 през 1801 г.

---

<sup>87</sup> Всички запазени издания на списанието са дигитализирани и свободно достъпни в Интернет на уеб-страницата на библиотеката на увиверситета Билефелд: <http://www.ub.uni-bielefeld.de/diglib/aufkl/teutmerk/index.htm>.

<sup>88</sup> Stöber, R., S. 90

Мнозина издатели се опитват да копират „Кореспондент“, но никой не успява да го надмине като тираж и в славата му на най-цитиран вестник в Германия в края на 18 век<sup>89</sup>.

Независимата информация се превръща в негатив, когато на политическата сцена идеалът на Просвещението – самостоятелно мислещият човек – е изместен от политическата страст и партийната ангажираност, а логиката на Просвещението отстъпва място на емоцията на патриотичните, националните и социалните каузи от началото на 19 век.

## ВЕЛИКАТА ФРЕНСКА РЕВОЛЮЦИЯ И ПОЛИТИЗАЦИЯТА НА ПЕЧАТА

Великата френска революция оказва огромно влияние върху духовния живот в Германия, води до големи промени в политическия и социалния живот, в това число, и върху немския печат. Историците и до днес не могат да дадат единен отговор на въпроса как различните класи реагират на това историческо събитие. Литературата по въпроса за влиянието на революцията върху развитието на Германия може да изпълни цели библиотеки.<sup>90</sup>

След избухването на Френската революция в Германия нараства интересът към историко-политическите списания, броят на заглавията и тиражът им главоломно нараства. Типично за този период е, че общуването с определена медия не е само индивидуален акт, той е свързан и с принадлежност на човека към определена социална общност. Характерно за това време са читателските общества, в които членуват главно представителите на образованата буржоазия. Тези „клубове“ се абонират за различни издания и ги предоставят на всеки член за определен период от време. В някои училища и гимназии са съществували „часове по четене на вестници“, които допринасят за засилването на интереса към печатните медии. В този период сериозно развитие има немската публицистика и литература – чрез творбите на Гьоте и Шилер.

Периодът на Великата френска революция и последвалите конфликти в Европа променят коренно обществото и политическите настроения в Германия. Германците вече не са миролюбиви и невинни,

---

<sup>89</sup> Виж Stöber, Rudolf (2005). *Deutsche Pressegeschichte. Von den Anfängen bis zur Gegenwart*. S. 82 f., Konstanz.

<sup>90</sup> Виж например преглед на най-важните литературни източници при Schumann, Axel (2001): *Berlin, Berliner Presse und Französische Revolution: Das Spektrum der Meinungen unter preußischer Zensur 1789-1806*, Diss. TU Berlin, S. 5–15.

космополитно настроени както по времето на Просвещението. Наполеон ги е накарал за осъзнаят какво представлява властта, какво значение има политиката, каква е цената на слабостта, мизерията на държавата и на властта, кара ги да разберат ценността на държавата и на националното единство.

Великата френска революция оказва благотворно влияние върху немския печат. След 1789 г. той се политизира, политически се диференцира и започва да защитава интересите на различни слоеве. В обществото се създават политически лагери, предшественици на политическите партии. Немската преса най-после започва да влияе на общественото мнение, обществото се разделя на защитници и противници на идеалите на Френската революция. Свободата на мнението и печата се разширява, но заслугата затова далеч не е на самите издания. Това е по-скоро подарена свобода, дошла отвън на щиковете на френската революционна армия. „Бурята избухна навсякъде, Германия само изпитваше нейните ефекти“, пише историкът Голо Ман в своята прочута „История на Германия“<sup>91</sup>.

През този период забележителна е дейността на един издател, който по свобода на духа и модерност на принципите може да засенчи множество други представители на съсловието, живели столетия по-късно. Йохан Фридрих Кота изгражда на основата на фамилната книжарница, която наследява през 1787 г., едно от най-известните и значими издателства на своето време.

Кота се отличава с предприемачески усет, издателски нюх, но и с либерални политически и естетически възгледи. В една епоха, когато и най-либералните и модерни владетели се поддават на изкушенията на цензурата и държавното влияние върху печата, Йохан Кота успява чрез гъвкавост, политически усет и честа смяна на седалището на редакциите си да защитава авторите си от многобройните опити за цензуриране.

В началото Йохан Кота издава литературни списания. В тях публикуват много представители на немската класика и най-известните писатели на своето време: Йохан Волфганг фон Гьоте, Фридрих Шилер, Хайнрих Хайне, Фридрих Хьолдерлин, Йохан Готфрид Хердер и мнозина други. Сред най-известните издания на Кота са литературното списание „Ди хорен“, „Die Noren“, по името на гръцките богини на сезоните, всекидневникът „**Нойесте велт-кунде**“ („**Neueste Welt-Kunde**“, „Най-нови световни вести“), преименуван поради проблеми с цензурата в

---

<sup>91</sup> Mann, Golo. The History of Germany since 1789. N.Y., 1968, p. 208-222.

„Алгемайне цайтунг“, както и „Моргенблат фюр гебилдете щенде“ („Morgenblatt für gebildete Stände“, „Сутрешен вестник за образованите прослойки“). Със своя тираж от близо 2000 бройки, „Моргенблат“ се превръща в най-важното литературно издание в първата половина на 19 век на немска територия. Неговият обем обхваща четири до шест страници, излиза шест пъти седмично, от 1807 г. до 1865 г. в Щутгарт и Тюбинген. На този всекидневник сътрудничат Гьоте, Хайнрих Хайне, Теодор Фонтане, Хайнрих фон Клайст, Александър фон Хумболт и много други. Прочутият немски поет и новелист Вилхелм Хауф, известен с приказките си „Малкият Мук“, „Корабът на призраците“ и „Студеното сърце“, става негов главен редактор през 1827 година.

Характерно за изданията на Кота е, че издателят сам търси контакта с властимащите и тяхното благоволение, за да осигури разрешителни за изданията си и максимална свобода за авторите си. Сам гъвкав и готов на компромиси, при редакционната политика Кота се придържа към принципа за независимост на своите журналисти. Неговият стремеж е да предостави на редакциите си максимална свобода: чрез ненамеса на издателя, чрез високо заплащане и чрез защита от посегателствата на цензурата.<sup>92</sup>

## ЕПОХАТА НА ПАРТИЙНАТА ПРЕСА

Окупацията на немските земи от армиите на Наполеон води, от една страна, до окрупняване на актьорите на политическата сцена – над 110 немски държавици преминават в ръцете на големите владетели през 1803 г., а, от друга – до засилването на идентификацията с немското, до зараждането и утвърждаването на националното самосъзнание и съпротивата срещу френския окупатор.

Хиляди доброволци се присъединяват към армията, за да защитят и освободят „родината“ – едно понятие, което тепърва ще се изпълва със значение и емоция – от френския окупатор. Заражда се съзнание то за принадлежност към една общност, досега непозната на широките слоеве на населението – нацията, държавата. Това ново самосъзнание намира своята кулминация в Мартенската революция през 1848 г. Цел-

---

<sup>92</sup> Виж Петров, Милко; Михайлова, Красимира (2000) Монополизация по немски. Процесите на концентрация в германската журналистика 1870 – 1933 – тенденции, личности, издания. В „Годишник на Софийския университет Св Климент Охридски. Факултет по журналистика и масови комуникации“. Том 7, 2000 г.



та и мечтата на революционерите от март 1848 г. е създаването на единна немска държава, политическа либерализация и реформи.

Ускореното политизиране на обществото намира израз във формирането на политическите партии, процес, който е неразделно свързан с развитието на партийната преса. Подобно на тогавашните политически течения и партийната преса се разделя на няколко основни вида :

- либерална: поради разцеплението на либералите на национал-либерали, леви и десни либерали и т.н. идеалите и принципите, които този тип преса защитава, са хетерогенни. Типични представители са „Национал-цайтунг“ („National-Zeitung“), издаван от Фридрих Цабел и Бернхард Волф, „Швебишер Меркур“ („Schwäbischer Merkur“, „Швабски Меркурий“) и **„Берлинер Тагеблат“** („**Berliner Tageblatt**“, „Берлински всекидневник“).
- консервативна: подкрепя съществуващата държавна форма и управление, издателите произхождат или от правителството, или от консервативните кръгове, близки до властта. Не достига масово разпространение, типичен представител е „Нойе пройсише цайтунг“ („Neue Preußische Zeitung“, „Нов пруски вестник“), който с високата си цена на абонамента от 2,50 марки на месец надхвърля трикратно цените на повечето вестници.<sup>93</sup>
- комунистическа: Силно революционно настроени са къолнските вестници **„Райнише цайтунг“** („**Rheinische Zeitung**“, „Рейнски вестник“) и **„Нойе райнише цайтунг“** („**Neue Rheinische Zeitung**“, „Нов Рейнски вестник“) – издания на Карл Маркс и Фридрих Енгелс. Второто издание достига през 1849 г. завидния тираж от 6000 екземпляра и се превръща за кратко време в един от най-известните вестници на времето си.

Но революционните настроения не успяват да се наложат, Мартенската революция от 1848 г. не води нито до желаното либерализиране, нито до създаването на единна немска държава. През 1849 г. революционните сили са разбити, засилва се цензурата, въвеждат се забрани на политически партии и събрания, а издания като „Нойе райнише цайтунг“ на Карл Маркс са закрити.

---

<sup>93</sup> Dussel, Konrad (2004): Deutsche Tagespresse im 19. Und 20. Jahrhundert. Münster, S. 962ff.

## ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯТА И ПРЕСАТА

Периодът между 1848 г. и 1871 г. е време на възникване на нови жанрове и приобщаване на нови социални слоеве към аудиторията на печата. След разгрома на революцията от 1848 г. в Централна и Западна Европа се развива и налага индустриализацията. Започва бурно развитие на икономиката – през 1860 г. Германия икономически изпреварва Франция и догонва Англия и САЩ. Ускорява се появата на грюндерството: възникването на нови компании, банки, акционерни дружества, включително и фиктивни, което става в благоприятна икономическа конюнктура, съпроводена с рискови операции на борсата. Това подготвя почвата за създаването на първите специализирани стопански издания. Появяват се семейни и женски списания.

Едно от най-интересните издания от този период е всекидневникът „**Франкфуртер цайтунг**“ („**Frankfurter Zeitung**“, „Франкфуртски вестник“), създаден през 1856 г. от банкера Леополд Зонеман. Вестникът проповядва бърз икономически напредък, просветни дружества и обогатяване на работниците, обединение на Германия и дори обединение на работниците на профсъюзна основа около националната идея.

Показателен за времето е един технически детайл: през 60-те години вестникът започва да излиза не веднъж, а дори два пъти дневно, с ротиращи се материали, като основно публикува задълбочени статии по икономически и финансови проблеми. В този период на индустриализация, която „забързва“ във всекидневието на милиони хора, понятието „време“ получава ново значение, налага се усещане за неговата ценност. Това ново светоусещане намира израз и в забързания ритъм на издаването на „Франкфуртер цайтунг“.

По времето на управлението на Бисмарк, вестникът представя интересите на либерално настроените политически кръгове и на извънпарламентарната опозиция. Преди и по време на Първата световна война той защитава пацифистки възгледи и се обявява за постигането на мир.

При Ваймарската република „Франкфуртер цайтунг“ е един от малкото демократични всекидневници. Известен е главно със своите фейлетони, които са написани от някои популярни автори в това време. След 1933 г. вестникът е управляван от Министерство на пропагандата на д-р Йозеф Гьобелс и служи за пропагандни цели. Вестникът излиза до 1943 г., когато е спрял от нацистите заради „недостиг на хартия“, а всъщност заради езоповската критика на провалите на режима край Сталинград и във въздушния двубой със Съюзниците.

Втората половина на 19 век е преломно време в историята на немската преса. Това е епоха, в която нови технологии революционизират печата в цяла Европа. С новите печатарски машини става възможно бързото производство на огромни тиражи, а изобретения като телеграфа променят коренно ритъма на новинарския бизнес.

Трансформацията на обществото с развитието на работническата класа, икономическият възход на буржоазията, лишена от политическа еманципация, подобно на тази в САЩ, специфичната политика в областта на печата в Прусия, водят до значими промени в структурата на немската журналистика.

Политически водещата фигура в този период е „железният канцлер“ Ото фон Бисмарк, който управлява Прусия от 1862 до 1890 година. Една от неговите основни цели е обединението на немските територии в единна германска държава, намираща се под влиянието на Прусия. В разговор с Наполеон III той заявява: „В Прусия революции правят само кралете“<sup>94</sup>, а по-късно сам пише „Ако трябва да е революция, то предпочитаме сами да я извършим, отколкото да я изтърпим“<sup>95</sup>.

И действително, Ото фон Бисмарк постига целта си. След редица успешни войни, водени срещу Дания, Саксония, Бавария, Австрия и Франция, в 1871 година във Версай по време на преговорите за мирен договор с Франция се прокламира създаването на Германската империя („Deutsches Reich“, „Дойчес райх“).

Неин пръв райхсканцлер е именно Ото фон Бисмарк. Като умел държавник Бисмарк осъзнава нарастващата роля на печата, който вече се чете далеч не само от висшите класи и добре образованите слоеве на буржоазията. В отношенията си с пресата, той е по-ловък от мнозинството управници на времето. Райхсканцлерът премахва редица ограничителни мерки като Залогом за изданията и данъка върху вестникарската хартия. Вместо на забрани, Бисмарк залага на политиката на подкупи, манипулация и пропаганда в отношенията си с медиите, умело прилага законите при преследването на радикалните издания – социалистически, профсъюзни и работнически.

Известен е тъй нареченият „змийски фонд“ на Бисмарк, който разполага с баснословната сума от 16 милиона талера. С тези средства Бис-

---

<sup>94</sup> Winkler, Heinrich August (2000): Der lange Weg nach Westen, Band 1: Deutsche Geschichte vom Ende des Alten Reiches bis zum Untergang der Weimarer Republik, München, S. 185.

<sup>95</sup> Пак там, S. 184.

марк подкупва вестници в страната и чужбина, изпраща препоръки до изданията и периодично лично се среща с главните редактори. Тази политика става възможна едва след създаването на журналистиката като отделна професия. Докато при много издания, излизащи през 18 век издателят, главният редактор и авторът на статията често са едно и също лице, а мотивацията за издаването на вестника има идеалистични цели, то във втората половина на 19 век вестниците назначават на заплата редактори и репортери, които невинаги получават особено щедро възнаграждение.

Бисмарк създава своеобразен пропаганден пул – над 50 вестника и 150 други издания пропагандират неговата политика чрез „Литературните бюра“ и „Службите по печата“ към Министерството на външните работи. За целта той основава и официоза „**Норддойче цайтунг**“ („**Norddeutsche Zeitung**“, „Северногермански вестник“).

Индустриалната революция води и до нарастващо социално напрежение. Социалдемократите в Германия печелят популярност, нараства подкрепата и на ляворадикалните идеи. Когато през 1878 г. се провеждат два безуспешни опита за атентат срещу кайзера на Германската империя Вилхелм I, Бисмарк обявява атентатите за дело на социалистите и прокарва закон, който забранява социалдемократическата партия и я обявява за враг на Райха. Законът забранява и периодичните издания на социалистите. За 12 години са спрени 1300 неудобни издания.

Но Бисмарк въвежда и мерки, които омекотяват социалните противоречия. Чрез натиск върху работодателите и едрите индустриалци той успява да въведе пенсионна система, както и система на социално и медицинско застраховане. Във Франция, Англия и САЩ тези основни социални придобивки се налагат едва през 20-те години на ХХ век.

## **ПРЕНЕБРЕГВАНИЯТ ФАКТОР: РЕКЛАМАТА И РАЗВИТИЕТО НА ПЪРВИТЕ МЕДИЙНИ КОНЦЕРНИ**

Характерен за този период като тематика и оформление е възходът на списанието „**Гартенлаубе**“, („**Gartenlaube**“, „Градинска беседа“), което достига в най-успешните си години тираж 380 000 екземпляра. Предшественик на днешните илюстрирани списания, „Гартенлаубе“ е илюстрирано списание за цялото семейство и едно от първите масови издания в Германия. От създаването си през 1853 г. до 80-те години на 19 век списанието защитава либерални позиции, а като семейно списание акцентира върху поучителни и занимателни теми, публикувайки много романи с продължение.

С едно малко нововъведение „Гартенлаубе“ слага началото на развитието на нов източник на приходи за печата, който играе централна роля и до днес: рекламата. По инициатива на свой сътрудник списанието развива рекламно приложение, което бързо се превръща в много изгодно начинание. Основна заслуга за това носи въпросният сътрудник – германският евреин Рудолф Мосе, основател на един от първите германски концерни в областта на медиите и „кръстник на вестникарската реклама“<sup>96</sup> в Германия.

През 1867 г. Рудолф Мосе основава собствена рекламно-разпространителска къща, която наема рекламни площи в много вестници и списания като хумористичните издания „Кладерадач“, („Kladderadatsch“<sup>97</sup>), „Флигенде блетер“, („Fliegenden Blätter“) и „Симплицисимус“, („Simplicissimus“). Скоро след това Мосе поема разпространението на рекламата и на рекламната притурка на „Гартенлаубе“, както и на десетки други вестници и списания. Мосе осъзнава съвсем рано потенциала на печатната реклама. В спомените си той пише „На внимателния наблюдател, който разбираше знаците на времето, не можеше да убегне факта, че в публицистиката тлеят още неоткрити съкровища и че липсваше само посредникът, който да ги извади наяве“<sup>98</sup>.

Основите на издателския клон на своя медиен концерн Мосе полага с основаването през 1871 година на „**Берлинер Тагеблат**“. Създаден като регионално издание, вестникът се превръща под редакцията на главния редактор Артур Левинсон в един от най-сериозните представители на „**пресата на мнението**“ в Германия.

В политическо отношение „Берлинер Тагеблат“ подкрепя външната политика на Бисмарк, а спрямо вътрешната политика той отстоява идеите на либерализма, за разширяване на пълномощията на парламента, за свободата на мнението. Редакторите на „Берлинер Тагеблат“ твърде рано усетили залеза на партийната преса, създават вестник, който предлага четиво за широката образована публика, а не само на определена класа или партия. Изданието се откроява с добро познаване на културата, тъй като за него пишат едни от най-талантливите писатели и театрални критици на времето.

---

<sup>96</sup> Виж Петров и Михайлова, с. 303.

<sup>97</sup> Дигитализирани издания на списанието от 1848 г. до 1944 г. предлага университетската библиотека Хайделберг в Интернет на адрес: <http://www.ub.uni-heidelberg.de/helios/digi/kladderadatsch.html>.

<sup>98</sup> Kraus, Elisabeth (1999): Die Familie Mosse: Deutsch-Jüdisches Börgertum im 19. Und 20. Jahrhundert. München, C.H. Beck, S. 167.

В края на 19-ти и началото на 20 век все по-голямо значение има икономическата тематика, която получава собствена притурка. Това развитие отговаря на централното значение на икономиката в развитието на държавата. Други важни притурки, които тематично отразяват интересите на тогавашната публика са: сатиричната притурка „Улк“ („Ulk“), притурките „Технише рундшау“ („Technische Rundschau“, „Технически преглед“), „Дер цайтгайт“ („Der Zeitgeist“, „Духът на времето“), ХаусХофГартен („HausHofGarten“, „ДомДворГрадина“).

Нов публицистичен връх достига „Берлинер Тагеблат“ под редакцията на Теодор Волф, който превръща изданието между 1906 и 1933 г. във вестник с международно значение, който е цитиран и четен в цяла Европа, и разполага с обширна мрежа от кореспонденти.

Сам писател и драматург, Волф успява да спечели като негови сътрудници световно известни писатели като Егон Ервин Киш, Курт Тухолски, Ерих Кестнер, Якоб Васерман и др. В днешно време Волф вероятно трудно би успял да убеди издателя си да назначи редакторите, които е подбирал – известно е неговото предпочитание към журналисти с изявен характер и индивидуализъм, разбиране тъй чуждо на днешната политическа коректност и способността за работа в екип.

Прочути са уводните статии на Теодор Волф в „Берлинер Тагеблат“, съчетаващ умело перо с непоклатима вяра в демократичните принципи, в справедливостта и свободата на индивида. От 1973 година до днес Съюзът на немските издатели на вестници присъжда веднъж годишно престижна журналистическа награда на името на Теодор Волф.

От 1900 г. Берлинер Тагеблат печели все повече читатели и тиражът му главоломно нараства, като достига близо 250 000 абонати през 1916 г.<sup>99</sup>

В навечерието на Първата световна война концернът на Рудолф Мосе контролира рекламните притурки, а чрез тях и финансовата стабилност на повече от сто вестника, докато най-силният му конкурент – „Хазенщайн & Фоглер“ разполага едва с девет. По време на 50-годишното си съществуване, рекламната агенция на Мосе притежава около 250 филиала, много от които в чужбина – Варшава, Стокхолм, Лодз, включително и в София.

---

<sup>99</sup> Петров, Михайлова, с. 309.

## БИЗНЕСЪТ С НОВИНАТА – МАСОВАТА ПРЕСА

Ако Мосе успешно комбинира престижният вестникарски и издателски бизнес с толкова доходоносния рекламен бизнес, то Леополд Улщайн изгражда цяла мрежа от различни предприятия, и създава един от първите медийни концерни на Германия. Нанесъл се само на няколко преки разстояние от огромната сграда на Рудолф Мосе във вестникарския квартал на Берлин, концернът Улщайн има водещо място в медийния ландшафт на Германия. Започнал кариерата си като едър търговец на хартия, Леополд Улщайн навлиза през 1877 г. в издателския бизнес с покупката на един вестник на ръба на фалита.

Той печели известност с **„Берлинер цайтунг“** (**„Berliner Zeitung“**, „Берлински вестник“), който още в началото залага на надпартийност, независимост, и най-вече на изключителна бързина и актуалност на информацията. Историческите събития обуславят успеха на новия модел вестник – новините от Руско-турската война се следят от немската публика с огромен интерес. Вторият коз на вестника е илюстрацията: голямо-форматна, грабваща погледа с високото за времето си качество и умело подбрания мотив. Третият елемент в рецептата на успеха на „Берлинер цайтунг“ е острото перо на неговите репортери. Вестникът критикува безпоощадно политиката на Ото фон Бисмарк, обявявайки се за конституционно правителство на мястото на царящия „канцлерски абсолютизъм“<sup>100</sup>, безкрайните препирни на партиите в парламента, политиката на отделни министри, репресиите от страна на полицията.

За журналистическата си смелост и непреклонност редакторите на „Берлинер цайтунг“ плащат висока цена – мнозина от тях са чести гости на съда, като техните присъди често включват месеци престой в пруските затвори. Но макар и постоянно под заплахата за санкции отвън, журналистите на „Берлинер цайтунг“ могат да разчитат на свободата на мнението и самостоятелната си редакционна дейност, която издателят Улщайн им гарантира. Тиражът на вестника расте стремително, а с него – и потребността от нови печатарски машини. С тях нараства и производствения капацитет на издателството. Мислейки като индустриалец, Улщайн решава да създаде нов вестник – ръководен не толкова от журналистическата амбиция, колкото от желанието да използва оптимално новите си машини. Той основава през 1887 г. **„Берлинер абендпост“** (**„Berliner Abendpost“**, „Берлинска вечерна поща“), всекидневник

---

<sup>100</sup> Berliner Zeitung, 29.09.1878, S.1.



на ниска цена за провинцията, актуален, без да е агресивен, насочен към широката публика.

„Берлинер абендпост“ се продава сутрин извън Берлин и отразява новините от предишния ден, като изпреварва с половин ден местната конкуренция. Десетина години по-късно към тези вестници се присъединява и масовият всекидневник „Берлинер моргенпост“ („Berliner Morgenpost“, „Берлинска сутрешна поща“). Като разчита на нововъведенията – в технически и в издателски план, Улщайн налага чрез умела ценова политика и „**илюстрираните вестници**“. Тиражът на неговия „**Берлинер илюстрирте цайтунг**“ („**Berliner Illustrierte Zeitung**“, „Берлински илюстриран вестник“), достига през 1914 г. милионната граница.

Улщайн издава и печатни медии, без особена публицистична амбиция – например, списания за мода, рекламирани със слогана „Бъди спестовна, Бригите, ползвай на Улщайн кройките“.

С „**Веселият Фридолин**“ („**Der heitere Fridolin**“, „Дер хайтере Фридолин“) концернът издава и първото детско списание, а през 1914 г. авторитетният „Фосише Цайтунг“ („Vossische Zeitung“), който също става част от неговата медийна империя. Той създава и собствена мрежа за разпространение, за да си осигури независимост от услугите на пощите. Така Леополд Улщайн изгражда типичен за времето си издателски концерн, който включва всички основни елементи на издателския цикъл – от закупуването на хартия през откриването, формулирането и анализа на новината в редакцията до печата, финансирането чрез реклама и разпространението. Тази структура позволява прилагането на принципа на кръстосаното финансиране, при което приходите от масови издания правят възможно съществуването на качествени издания – принцип, прилаган и до днес, например, от концерна Шпрингер.<sup>101</sup>

Между 1848 г. и 1914 г. населението на Берлин нараства десетократно – от 400 хиляди до 4 милиона. Темпото на този растеж се отнася и за другите големи градове – Хамбург, Кьолн, Мюнхен, Лайпциг и Франкфурт<sup>102</sup>. Урбанизацията и бързото технологично развитие на печатарската техника допринасят за невиджан до този момент ръст на тиражите.

Издателство Улщайн усеща рано промените в нагласите и потребностите на аудиторията – и реагира с ново издание, подготвено по американски образец. На 22 октомври 1904 г. в Берлин се ражда нов

---

<sup>101</sup> Stöber, S. 259f.

<sup>102</sup> Mann, Golo.Op.cit. , S. 200.

вестникарски тип: „**B.Z. am Mittag**“ („**Бецет ам митаг**“, „Б. Ц. (като съкращение от „Берлинер Цайтунг“) – обедно издание“), първият булеварден вестник на немския пазар, който се разпространява главно чрез улична продажба. Създаден първоначално да натовари скъпите печатарски машини в „мъртвата фаза“ между печатането на сутрешната и вечерната преса, вестникът запълва важна ниша на берлинския медиен пазар, на който по това време излизат над сто заглавия.

Но докато всички те се борят за вниманието на аудиторията в сутрешните и вечерните часове, то „Бецет“ излиза на обяд, тогава, когато стотици хиляди служители и работници излизат по улиците в обедна почивка. „Бецет“ е вестник за всички тях: политически неутрален, тематично разнообразен, с кратки, изключително актуални новини в телеграфен стил. За разлика от вестниците на абонамент, „Бецет“ достига своята публика непосредствено там, където тя се намира в момента на излизането на вестника от печатарската преса – на улицата, в кафенето, в заведението, по време на все по-кратката обедна почивка.

Вестникът отделя голямо внимание на икономическите и борсовите новини, на забавните теми, на съдебните процеси, спортните събития и на задължителните за времето си театрални критики. По актуалност и бързина на информацията „Бецет“ може да се засенчи някоя и друга днешна онлайн редакция – между сензационното събитие и разпространението на вестника с новината понякога са минавали буквално броени минути. Когато на 22 юни 1922 г. е убит немският политик от еврейски произход Валтер Ратенау, „Бецет“ излиза само 23 минути по-късно с тази новина – един свидетел информира редакцията веднага след престъплението. Курсовете на борсата пък се публикуват едва осем минути след официалното ѝ отваряне – рекорд, който надхвърля даже американските стандарти за бързина и оперативност<sup>103</sup>. Вестникът достига 200 хиляден тираж.

Бързата реакция и усетът за потребностите на публиката намират израз и в други начинания на концерна. През двайсетте години на 20 век той започва да снабдява със своите издания (чрез железници и с автобу-

---

<sup>103</sup> Виж Stöber, R. S. 260; Vor 105 Jahren: Erste deutsche Zeitung im Straßenverkauf. Forsche Töne auf dem Boulevard. Unter: <http://www.wdr.de/themen/kultur/stichtag/2009/10/22.jhtml>, 29.01.2011; Naray, Josef (2009): So revolutionierte B.Z. die Medienwelt. Ein Rückblick auf die Geburtsstunde einer neuen Presse-Ära: Die B.Z. vor 105 Jahren. Unter: Online-Archiv der Zeitung B.Z. im Springer-Verlag, <http://www.bz-berlin.de/aktuell/berlin/so-revolutionierte-b-z-die-medienwelt-article623069.html>, 28.01.2011.

си) туристите в модерните немски курорти на Балтийско море. Но Улщайн не спира дотук: за да стигне бързо до по-отдалечените от тях като, например, остров Нордернай, концернът използва дори самолети.<sup>104</sup>

По време на нацизма концернът на Улщайн, който включва и книжно издателство, е иззет от нацистите. След края на Втората световна война, фамилията Улщайн получава обратно собствеността си върху концерна, а през 1960 г. той е изкупен от концерна на Аксел Шпрингер.

С журналистическите постижения на своите издания Улщайн влияе върху представите за стил и журналистическа етика на поколения журналисти.<sup>105</sup> С предприемаческата си инициативност и страст към нововъведенията, както и чрез изключителния усет за потребностите на шеметно бързо променящата се аудитория, концернът Улщайн налага стандарти в медийния бранш, които започват да се копират от множество конкуренти и последователи, и така допринасят за създаването на съвременния издателски бранш.

Най-голямата му заслуга несъмнено се крие в налагането на масовия вестник с либерална редакционна политика, далеч от флирта с консервативните, крайно десни или националистически идеи и лозунги, но и от манипулативната, привидна аполитичност и примитивизъм на масовите вестници на конкурентите му – Аугуст Шерл и Алфред Хугенберг.

## МАНИПУЛАЦИЯ НА МАСИТЕ

Аугуст Шерл налага един нов тип масов вестник, тъй нареченият **„Генерал-анцайгер“**. Икономическите и технологичните предпоставки за развитието на това явление се крият в индустриализацията: цените на хартията спадат главоломно, печатарската техника се революционизира и интересът на бизнеса към печатната реклама расте.

На фона на тази ситуация Аугуст Шерл, дотогава издател на евтина, дълнопробна литература, старира през 1883 г. своя **„Берлинер локал-анцайгер“** („**Berliner Lokal-Anzeiger**“) по уж „американски образец“: Той е аполитичен, но всъщност подкрепя консервативната политика на управляващите, отразява развлекателните и сензационните нови-

---

<sup>104</sup> Christine Haug (2007): Reisen und Lesen im Zeitalter der Industrialisierung. Die Geschichte des Bahnhofs- und Verkehrsbuchhandels in Deutschland von seinen Anfängen um 1850 bis zum Ende der Weimarer Republik. Wiesbaden, S. 210.

<sup>105</sup> Виж Петров, Милко. Съвременна журналистика на ФРГ. София, 1985 г., с. 28; Петров, Михайлова, с. 319.

ни на столичния град, налага фрагментарното предлагане на новината, без поставянето ѝ в определен контекст, но с акцент върху емоцията и пикантните подробности. Вестник, който развлича, манипулира чрез илюзията за неутралност, способен да създава у масовата си публика илюзията за информираност, който отвлича вниманието ѝ от болезнените социални проблеми, политическите противоречия и конфликти в обществото. „Берлинер локал-Анцайгер“ достига през 1898 г. тираж от близо 210 000 екземпляра, от през 1910 г. – дори 300 000<sup>106</sup>.

Чрез масовите си издания Шерл преминава една граница, той лишава журналистиката от нейната отговорност за градивното развитие на обществото. Журналистиката, все едно дали образова през Просвещението или пък защитава определена политическа теза в началото на 19 век, или актуално информира по водещите теми в обществото, наблюдавана в своята цялостност, досега е съпътствала, отразявала и оформяла най-важните социални процеси. Масовите вестници на Шерл безшумно се отказват от тази най-важна функция на журналистиката, която донякъде оправдава нейното съществуване: те пишат за масовата аудитория, без да изразяват нейните политически интереси. Защитата на позициите на „малкия човек“, особено характерна за американската преса, мощният контрол върху институциите и на „силните на деня“, който пресата в САЩ упражнява като, разбира се, събужда и социалната завист, но довежда до промени в обществената система, не намират израз в масовия вестник на Шерл.

Напротив. Той успява емоционално да докосне масовия читател, да установи дори контрол над него, ден след ден да превръща социалното напрежение в национална гордост. Шерл се възползва от потребността на аудиторията от ориентир в тази епоха на шеметни промени в лоялността към властта и съзнателно формира страхопочитание към униформата, към структурите на армията и полицията.<sup>107</sup> Тези нагласи по-късно ще подпомогнат нацистите в похода им към властта и за парламентарната „екзекуция“ на конструкцията на либералната Ваймарска република.

Шерл издава и илюстрирания седмичник „Ди Вохе“ („Die Woche“, „Седмицата“), богато илюстрирания „Шпорт им Билд“ („Sport im

---

<sup>106</sup> Stöber, R. (2005), S. 257.

<sup>107</sup> Виж по подробно при Петров, Милко. Съвременна журналистика на ФРГ. София, 1985 г., с. 28; Петров, Милко; Михайлова, с. 321, Петров, Милко (2010) Америка – социалният тропик. Социум и медии на САЩ от Пулицър до Мърдок. София с. 9-11.

**Bild**“, „Спортът в картини“), семейното списание „Ди гартенлаубе“ („Die Gartenlaube“) и др. Аугуст Шерл е много различен като принципи и убеждения в сравнение със собствениците на другите два берлински концерни – Рудолф Мосе и фамилията Улщайн, ето защо той се превръща в най-ожесточения им конкурент. Докато с Мосе той премерва силите си на пазара на печатната реклама, то с Улщайн си оспорва първото място на пазара на масовата преса.<sup>108</sup>

Разточителният стил на живот, както и редицата неуспешни инвестиции водят до своите логични последици – Шерл успява да натрупа огромни дългове. Това развитие обезпокоява едрите индустриалци и министерската бюрокрация, защото ако изчезне издателство Шерл от пазара, в Берлин ще доминират изданията на двамата издатели с либерални убеждения – Мосе и Улщайн. Група крупни индустриалци изкупуват концерна на Шерл, за да установят с ужас, че не е възможно нито успешно да се реформира компанията, без да наляят допълнително няколко милиона, нито да се запазят позициите в масовата преса. Надеждите им се концентрират върху Алфред Хугенберг, по това време генерален директор на компанията „Круп“, прочута с производството си на стомана и оръжия.

По образование юрист, Алфред Хугенберг от рано се въодушевява от националистичните идеи и участва в основаването на агитационното дружество „Алдойчер ферайн“, което пропагандира експанзионистични, националистически и милитаристични възгледи и открито проповядва расистки идеи. Хугенберг изгражда медиен концерн, който подготвя идването на нацистите и Адолф Хитлер на власт, като придава на Националистическата партия вид и имидж, който е приемлив за политическата класа и масовата публика.

Подкрепян от националистически настроени едри индустриалци, Хугенберг изгражда мощна медийна империя, в която са представени всички видове медии от онова време. С изграждането на рекламната къща „АЛА“ през 1916 г. той преследва унищожаването на конкуренцията на Рудолф Мосе, чието издателство действително банкрутира през 1932 г. Консултантската и издателска къща „**Вера-Ферлагсанцалт**“, чрез която Хугенберг от 1917 г. започва да „консултира“ вестници от провинцията, намиращи се в тежко финансово положение, е обвързана с кредитните банки „Мутуум“ и „Алтерум“, които благодарение на събраните от „Вера“ информации лесно изкупуват финансово закъсалите печатни издания.

---

<sup>108</sup> Виж Dussel, Konrad (2004). Deutsche Tagespresse im 19. Und 20. Jahrhundert. Münster, S. 87.

Разширяването на рекламната дейност на концерна си Хугенберг, който има добри контакти сред най-мощните рекламодатели на Втория райх, използва и за политическа манипулация на вестници, които макар и да не са част от неговия концерн, изпадат в зависимост чрез приходите от контролираните от него реклами. Голямо изкушение за многото редакции представляват услугите на основаната от Хугенберг „матрична служба“. Чрез нея той предлага на провинциалната преса готови статии на матрица, които могат да се съчетават в различни комбинации във всеки отделен вестник. Това действително е огромно улеснение особено за вестниците в провинцията, които по този начин пестят разходи за редактори, кореспонденти и репортери. През 20-те години на 20 век за матричната служба на Хугенберг работят 2 000 души, заети с подбора и писането на материалите, а 1 600 вестника ползват нейните услуги.<sup>109</sup>

Хугенберг не се ограничава с доминиращото си положение в областта на печата. Ръководен от желанието за налагането на националистическите идеи, той инициира създаването на кинопродуцентска къща – „Дойче лихтбилдгезелшафт“, за да се възползва от благоприятните условия за манипулация на масите, които киното, като нова медия, предлага. През 1927 г. част от концерна на Хугенберг става и голямата немска филмова компания УФА. По този начин собственост или под влияние на империята на Хугенберг са всекидневниците „Берлинер локал-анцайгер“, „Дер таг“ („Der Tag“), „Берлинер илюстрирте нахтаусгабе“ („Berliner Illustrierte Nachtausgabe“), „Шлезисше цайтунг“ („Schlesische Zeitung“), „Мюнхен-Аугсбургер Абендцайтунг“ („München-Augsburger Abendzeitung“), „Райниш-вестфелише цайтунг“ („Rheinisch-Westfälische Zeitung“), „Мителдойче цайтунг“ („Mitteldeutsche Zeitung“), „Айзерне блетер“ („Eiserne Blätter“), „Дойче цайтунг“ („Deutsche Zeitung“), „Моторшау“ („Motorschau“), „Зюддойче цайтунг“ („Süddeutsche Zeitung“), „Мюнхнер Нойесте Нахрихтен“ („Münchner Neueste Nachrichten“), „Френкишер Курир“ („Fränkischer Kurier“), „Лайпцигер нойесте нахрихтен“ („Leipziger Neueste Nachrichten“) и др., списанията и илюстрираните седмичници „Ди вохе“, „Ди Гартенлаубе“, „Алгемайнер вегвайзер“ („Allgemeiner Wegweiser“), „Дер зилбершпигел“ („Der Silberspiegel“), „Филмвелт“ („Filmwelt“) и др., новинарската агенция „Телеграфен-Унион“, филмови компании, рекламни агенции, консултански фирми и др.<sup>110</sup>

---

<sup>109</sup> <http://www.polunbi.de/pers/hugenberg-01.html>, 30.01.2011.

<sup>110</sup> Klemp, Stefan (1997): Richtige Nazis hat es hier nicht gegeben – Nationalsozialismus in einer Kleinstadt am Rande des Ruhrgebiets, S. 61 ff.; Stöber, R. S. 260-261; Jordan, Lenz (1995): Die 100 des Jahrhunderts: Unternehmer und Ökonomen. Rein-



Алфред Хугенберг развива и политическа кариера – през 1928 година става председател на Германската национална партия. Той използва медиите си за засилване на недоволството и конфликтите в обществото и националистическо радикализиране на масите. Хугенберг става член на „Групата на Дванайсетте“, обединение на представителите на тежката индустрия, които защитават националистически и антисемитски идеи и водят „де факто“ идеологическа война срещу демокрацията и Ваймарската република. Тази групировка гарантира на концерна Хугенберг огромни финансови резерви и значително икономическо влияние. Икономическата криза, която избухва през 1929 г., засилва социалното напрежение и така гарантира успеха на пропагандата на Хугенберговите вестници.

През 1933 г. Националсоциалистическата работническа партия на Германия (НСРП) печели най-много места в парламента и Адолф Хитлер идва на власт. На 30 януари 1933 г. Алфред Хугенберг става министър на икономиката, селското стопанство и прехраната в кабинета на Хитлер. Хугенберг е сред първите, които подкрепят Адолф Хитлер и националсоциалистите. Неговите медии осигуряват на нацистите необходимата трибуна, от която да проповядват своите пропагандни пароли.<sup>111</sup>

## МЕДИИТЕ В ТРЕТИЯ РАЙХ: ПРОПАГАНДА И УРАВНИЛОВКА

С Третия райх, който обявяват нацистите с идването си на власт, настъпва залезът на независимата журналистика в Германия. Този период ще продължи до края на Втората световна война. Броени месеци след идването си на власт, НСРП започва операцията по уравниловка („Gleichschaltung“) на медиите. През септември 1933 г. влиза в сила закон, който дава правомощия на министъра на пропагандата Йозеф Гьобелс да постави всички печатни медии под контрола на „Райхпресекамер“, „Службата по печата на Третия райх“.

През октомври нацистите прокарват закон, който забранява на гражданите от еврейски произход да работят като журналисти, въвежда ограничения за достъпа до журналистическата професия. Така хиляди журналисти губят работата си. Издателите вече нямат право да се месят в редакционната политика и носят единствено отговорност за иконо-

---

beck bei Hamburg, S 100f. ; <http://www.polunbi.de/inst/hugenberg.html>, 30.01.2011;

<sup>111</sup> Klemp, Stefan (1997) S. 61f.



мическото състояние на изданията.<sup>112</sup> Процесът на уравниловка по същество превръща пресата в „пиано... на което правителството да може да свири“<sup>113</sup>, по думите на министъра на пропагандата Йозеф Гьобелс. Публикациите на социалдемократите, на комунистите и търговските съюзи са забранени. Министерството на Гьобелс диктува новините. Издателството и вестникарският концерн на Рудолф Мосе са обявени за собственост на НСРП, тъй като Рудолф Мосе е евреин. Срещу солидно заплащане Хугенберг предоставя концерна си на нацистката партия, а през 1944 г. продава и издателство „Шерл“. Изкупен е и концернът „Улщайн“. Успяват да оцелеят само издатели на регионално и локално равнище, но като цяло броят на заглавията и тиражите рязко намалява. От 4 700 вестници в Германия преди идването на НСРП на власт през 1933 г. до края на Третия райх през 1945 г. оцеляват само 977 вестника, като 352 от тях са под прекия контрол на управлението от нацистите вестникарски концерн.

Тиражите на вестниците под контрола на НСРП през 1945г. достигат 20,7 милиона екземпляра<sup>114</sup>. Нацистката партийна преса е организирана в новосъздаденото издателство „Франц Еер Нахfolger“ („Franz Eher Nachfolger GmbH“). То издава органа на Националсоциалистическата работническа партия „Фьолкишер беобахтер“ („Völkischer Beobachter“, „Народен наблюдател“). Вестникът е създаден през 1920 г. и излиза до 1945 г. Първоначалният му тираж е около 8 000 екземпляра, а през 1944 г. достига до 1,7 милиона. Мрачно известни са и други нацистки издания, като „Дас шварце корпус“ („Das Schwarze Korps“, „Черният корпус“) – издание на полицейските части СС, в което се митологизира дейността на отдела и между другото се публикуват статии за работата в концентрационните лагери.

## РАЗВИТИЕ НА МЕДИЙНАТА СИСТЕМА СЛЕД 1945 ГОДИНА

След края на Втората световна война Германия е разделена на четири окупационни зони, по една за Франция, Великобритания, СССР и САЩ.

---

<sup>112</sup> Obermeier, Karl-Marin (1991): Medien im Revier. 1991, S. 55.

<sup>113</sup> Pürer, Heinz; Raabe, Johannes (2007) Presse in Deutschland. Konstanz, S. 83.

<sup>114</sup> Obermeier, Karl-Marin (1991): Medien im Revier. 1991, S. 56.

## ПОД ПАРТИЕН КОНТРОЛ: МЕДИИТЕ В ГЕРМАНСКАТА ДЕМОКРАТИЧНА РЕПУБЛИКА

В съветската окупационна зона, където е новообразуваната Германска демократична република (ГДР), медиите са обект на държавен контрол. С помощта на Съветския съюз, в ГДР се създава централизирана информационна система между 1945 г. и 1989 г., в която на медиите се отрежда ролята на „инструмент на работническите и селските маси“. Те трябва да служат като **„колективен агитатор, пропагандист и организатор“ на масите.**

За разлика от цензурата в други времена и епохи, в ГДР не съществува открита цензура. Тук контролът започва на много по-ранен етап – още в процеса на образованието на журналистите и създадените ограничения за упражняване на професията. Образованието по журналистика е монополизирано, то изцяло е под наблюдението и контрола на партията.

Редакциите на медиите редовно получават „препоръки“ от Службата по печата (Presseamt) към агитационния отдел на управляващата комунистическа партия. Новинарската агенция АДН (Allgemeiner Deutsche Nachrichtendienst, ADN) е в ръцете на управляващата Германска единна социалистическа партия (ГЕСП) и тя държи монопола върху разпространението на новините.

Водещ вестник е централният комунистически орган **„Нойес Дойчланд“** („**Neues Deutschland**“, „Нова Германия“). Той е създаден през 1946 г. като орган на управляващата ГЕСП. Има тираж от 1 милион екземпляра и е втори по тираж в ГДР, като основно служи за пропагандни цели. „Нойес Дойчланд“ е единственият вестник в ГДР, който притежава собствени кореспонденти – другите печатни издания използват кореспонденциите на агенция АДН. След обединението на Германия неговият тираж се свива до около 45 хиляди екземпляра. Освен него в ГДР съществуват близо 40 други всекидневници.

Най-тиражният вестник на ГДР е **„Юнге Велт“** („**Junge Welt**“, „Младежки свят“). Той е основан през 1947 г. като орган на Германската свободна младеж. Тиражът му по това време е 1,4 милиона екземпляра. След Обединението на Германия през 1993 г. е преоснован като ляво ориентиран вестник. Тиражът му днес е около 50 хиляди екземпляра.

Структурата на националната и всекидневната преса е стабилна и слабо се променя през годините. След 1952 г. излизат 39 ежедневника, от които ГЕСП контролира 14. Останалите са собственост на мари-

онетни организации като профсъюзите, Съюза на социалистическата младеж и други организации, които следват линията на партията. През 1988 година общият тираж на всекидневниците достига 9,7 милиона екземпляра.<sup>115</sup>

Характерно за пресата на ГДР е голямото потребление на вестници, които достигат общ тираж от 9,7 милиона екземпляра. Причините се крият в ниските цени и тенденцията едновременно да се правят абонаменти за два вестника, например „Нойес Дойчланд“ в допълнение към местните вестници. Огромно разнообразие се наблюдава и при седмичниците и списанията, през 1988 г. излизат 30 седмични и месечни вестници с тираж 9,5 милиона екземпляра и 507 списания с тираж 21,4 милиона. Известни заглавия са сатиричното „**Ойленшпигел**“ („**Eulenspiegel**“) и списанието „Дас Магазин“ („**Das Magazin**“), които се опитват да балансират на тясната ивица между журналистическата етика и политически позволеното<sup>116</sup>.

До края на 1989 г. медийната система на ГДР остава под пълния контрол на Социалистическата партия. Като резултат се създават хомогенни медии – преса и електронни медии с новини, които се контролират отгоре, като достъпът до чуждите медии, и по-специално до западногерманските, силно се ограничават.

Радиото започва да предава през 1945 г. под съветски контрол, през 1952 г. то е централизирано и поставено под контрола на Държавния комитет по радиото и телевизията. То излъчва пет програми: **Radio DDR I** за информация, регионални и забавни програми, **Radio DDR II** за образование и култура, **Stimme der DDR** за слушателите извън границите на ГДР, и **Radio Berlin International**, което излъчва предавания на различни езици. В столицата Берлин излъчва **Berliner Rundfunk**, а **DT 64** е насочено към младежката публика.<sup>117</sup>

Първото телевизионно предаване в ГДР е емблематично като тематика – то се провежда на 21 декември 1952 г. по повод рождения ден на Сталин. Телевизионната програма е наречена Дойчер Фернзефунк (**Deutscher Fernsehfunk**), което съдържа амбицията тя да се превърне в телевизия за цяла Германия, не само за ГДР. Тази амбиция не се осъ-

---

<sup>115</sup> Holzweißig, Gunter (1999): Massenmedien in der DDR. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, S. 574-601, hier S. 579-585; Meyn, Hermann, S. 69f.

<sup>116</sup> Holzweißig, Gunter (1999): Massenmedien in der DDR. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, S. 574-601, hier S. 582;

<sup>117</sup> <http://www.mdr.de/damals/lexikon/1516530.html#absatz3>, 05.02.2011.

ществява. Напротив – преобладаващата част от източните германци гледат предаванията на западногерманската телевизия.

До 70-те години на 20 век, ГЕСП се опитва да забрани достъпа до програмите, но въпреки това интересът на населението към тях е много голям и през 1973 г. ГДР спира мерките за разсейване на сигнала на западните радио и телевизия.<sup>118</sup> Предаването Дер шварце канал ( Der schwarze Kanal, Черният канал) на телевизията на ГДР има агитационни функции. В него Карл-Едуард фон Шнитцлер, член на Държавния комитет за телевизията на ГДР, показва, коментира и критикува остро и с полемичен тон откъси от западногерманската програма. Политическата контрапропаганда е толкова очевидна, най-вече заради явното изваждане на откъсите от контекста и манипулативното поднасяне на фактите. Ето защо е учудващо, че това предаване се излъчва цели 29 години до октомври 1989 г.<sup>119</sup>

След падането на Берлинската стена и политическите промени през 1989 г. контролът върху пресата намалява и журналистите стават независими. След отварянето на границите за издателските концерни на ФРГ се създава нов пазар с огромни възможности. Западните медии наводняват Източна Германия със своите медийни продукти, започва и наддаването за бившите „окръжни вестници“ на ГЕСП.

В първата година след промените над 60 по-малки западногермански издателства стъпват на източногерманския пазар, отчасти чрез кооперации с вече съществуващи издания. В процеса на приватизацията мнозинството от тях са продадени на водещи издатели от Западна Германия – изцяло или чрез създаването на съвместна собственост. Като резултат всички източногермански издания преминават в ръцете на западногермански издатели и равнището на медийна концентрация става по-високо отколкото на Запад. Създават се и специални издания за източногерманския пазар.<sup>120</sup>

Най-големият издател на ГДР, притежаваният от Социалистическата партия „Берлинер ферлаг“ („Berliner Verlag“), е купен през 1990 г. от западногерманския концерн „Бертелсман“.

---

<sup>118</sup> Schrag, Wolfram (2006), S. 178-181.

<sup>119</sup> <http://www.mdr.de/damals/lexikon/1601259-hintergrund-1601149.html>.

<sup>120</sup> Schneider, Beate (1999): Die Rolle der Medien bei der Wiedervereinigung Deutschlands. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, S. 602-629, hier S. 602-607.

## МЕДИИТЕ ВЪВ ФЕДЕРАЛНАТА РЕПУБЛИКА

Основна цел на западните съюзници след края на Втората световна война е създаването на нови вестници и списания, които да „превъзпитат“ немската публика, подложена години наред на системната манипулация от пропагандната машина на нацистите. Първоначално западните съюзници – САЩ, Франция и Великобритания, въвеждат в своите окупационни зони издаването на лицензи, които да разрешават създаването на печатни медии.

В следвоенните години не само липсата на хартия затруднява развитието на новата медийна среда – отсъстват още журналисти и издатели. Съюзниците допускат до лицензите само лица, които имат чиста биография и не са работили като журналисти по време на националсоциализма. В резултат на това ограничение в журналистиката навлизат много представители на други професии<sup>121</sup>. На издателите от годините преди избухването на войната също е забранено да издават печатна продукция.

Западните съюзници прилагат различни политики при раздаването на лицензите. Докато американците се стремят да стимулират изграждането на надпартийни и независими медии, то британците залагат на плурализъм чрез разнообразието на политическите ориентации на медиите. Вестници, които симпатизират на политически партии от различните части на демократичния спектър, допускат и французите. До премахването на системата на лицензите в края на 1949 г. в западните зони излизат близо 170 вестника. Сред първите са „Франкфуртер Рундшау“ („Frankfurter Rundschau“), излизащият в Западен Берлин „Тагесспигел“ („Tagesspiegel“) и „Зюддойче цайтунг“ („Süddeutsche Zeitung“).

С основаването на Федерална република Германия през 1949 г. и прокарването на Основен закон („Grundgesetz“), изпълняващ ролята на негова Конституция, практиката на задължителните лицензи е прекратена. Специален закон позволява на всеки гражданин на ФРГ да издава печатно издание, без предварителен лиценз.

Новите условия естествено породят надежди, амбиции и конфликти. Старите издатели, които още притежават част от печатниците, се впускат в създаването на нови медии, за да си възвърнат изгубените пазарни дялове. Получилите лиценз вестници вече са намерили своята

---

<sup>121</sup> Koszyk, Kurt (1999): Presse unter alliierter Besatzung. In Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, S. 31-58, hier S. 41; Meyn, Hermann (2004): Massenmedien in Deutschland. Neuauflage 2004. Konstanz, S. 66.

публика и разчитат на финансова подкрепа от западните съюзни администрации.<sup>122</sup>

Следват години на ожесточена конкуренция, която е съпроводена от раждането на стотици нови издания. Това води до бързо създаване на многогласова, разнообразна и полицентрична структура на печата. Някои от най-известните немски издания възникват именно в годините на буен растеж. В средата на 50-те години, лицензираната преса вече е много стабилна. Само няколко от старите вестникарски издатели успяват да оцелеят, предимно на регионално равнище. Възражда се и един позабравен тип издание – списанието. Във ФРГ през 1954 г. на пазара се предлагат близо 5 000 различни списания.<sup>123</sup>

## КОНЦЕНТРАЦИЯ НА ПРЕСАТА И РАЗВИТИЕ НА НОВ ТИП КОНЦЕРНИ

След отварянето на пазара през 1949 г. на сцената излизат много сравнително малки издателства, които искат да се наложат най-вече на местните пазари.

Във ФРГ тогава се утвърждава един тип вестник, който и днес е широко разпространен – регионалният вестник, който поддържа множество локални редакции и така успява да информира читателя както за новините от неговия малък град, така и за новостите от региона, федералната провинция и страната като цяло. За силната позиция на тези вестници допринася и федералната структура на ФРГ, при която редици компетенции се намират в ръцете на правителствата на отделните провинции. Така стоят нещата с много политически решения в областта на началното и средното образование, тема, която безспорно вълнува всички родители на деца в училищна възраст.

След период на конкуренция между старите издатели, лицензираните вестници и новосъздадените заглавия, пазарната ситуация постепенно се стабилизира. И днес регионалните пазари са разпределени и наситени, тук почти няма шансове за налагането на нови заглавия. От десетки опити за развитие на нови местни вестници от 1954 г. до днес с успех са увенчани едва четири начинания<sup>124</sup>.

---

<sup>122</sup> Meyn, Hermann (2004): Massenmedien in Deutschland. Neuauflage 2004. Konstanz, S. 68f.; Koszyk, Kurt (1999): Presse unter alliierter Besatzung. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, S. 31-58, hier S. 53f;

<sup>123</sup> Koszyk, Kurt (1999), S. 55.

<sup>124</sup> Schütz, Walter J. (1999): Entwicklung der Tagespresse. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, S. 109-134, hier S. 111f.

Между 50-те и 70-те години на 20 век във ФРГ настъпва период на медийна концентрация. От пазара изчезват много локални вестници, както и повечето партийни вестници. Причините са в намаляването на приходите от реклами и продажби, които са съпроводени от нуждата да се инвестира в модерна и скъпа печатарска техника, за да се издържи на конкуренцията. На много места се създават своеобразни локални монополи, при които в един град излиза само един локален всекидневник.

Например през 1974 г. издателството на ВАЦ („Westdeutsche Allgemeine Zeitung“, WAZ), по онова време един от абонаментните вестници с най-висок тираж във ФРГ, изкупува три регионални вестника с висок тираж и различни политически ориентации: **„Вестфелише рундшау“** („Westfälische Rundschau“) **„Нойе Рур-цайтунг“** („Neue Ruhr-Zeitung“) и **„Вестфаленпост“** („Westfalenpost“). За да запази публицистичното качество на изданията, издателската група ВАЦ налага специален модел, по-късно взаимстван и от други издатели: журналистическа самостоятелност на редакциите, съчетана с общи отдели по пласмент, реклама и общи печатници.<sup>125</sup>

В областта на списанията концентрацията довежда до появата на медийни концерни като издателство „Хайнрих Бауер“, издателство „Аксел Шпрингер“, „Грунер унд Яр“, издателство „Бурда“.

В този период се появяват и утвърждават най-важните всекидневници, които доминират пазара на печатните издания и до днес. Сред тях са „Франкфуртер алгемайне цайтунг“, „Ди Велт“, „Зюддойче цайтунг“, „Ди тагесцайтунг“ и вестник „Билд“. Издател на „Билд“ е Аксел Цезар Шпрингер, основател на един от най-големите медийни концерни в Европа.

След 1949 г. се оформят и типичните белези на германската преса, които са валидни и днес:

- много заглавия на вестници – всекидневници и седмичници;
- силно пазарно присъствие и влияние на регионалните вестници;
- регионалните вестници се състоят от единна регионална част и различни локални притурки<sup>126</sup>;
- строго разделение на абонаментни вестници (предимно национални качествени или регионални) и вестници, разпространявани чрез улична продажба;

---

<sup>125</sup> Schütz, Walter J. (1999): Entwicklung der Tagespresse. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, S. 109-134, hier S. 119f.; Obermeier, Karl-Marin (1991): Medien im Revier. 1991, S. 376ff.

<sup>126</sup> Obermeier, Karl-Marin (1991): Medien im Revier. 1991, S. 61;



- малко вестници с национално разпространение;
- много заглавия на списания;
- слаба партийна преса с ниски тиражи и влияние ;
- силна зависимост от рекламните приходи;
- висока степен на икономическа концентрация<sup>127</sup>.

Концентрацията на медийния пазар през 50-те и 60-те години на 20 век води до засилването на антимонополните мерки. В средата на 70-те години се променят правилата в областта на картелното законодателство. При сливания в областта на медиите започва да се провежда контрол от независими органи, дори и при относително ниски тиражи или квоти на сливащите се фирми.<sup>128</sup> Тези законодателни промени идват прекалено късно – пазарите вече са разпределени, особено в регионален план. Така структурата на медийната система остава стабилна и в следващите десетилетия.

От 1976 г. до 1998 г. регионалните вестници, които имат водеща позиция на пазара или дори регионален (локален монопол, запазват своите позиции, нови конкуренти така и не успяват да се наложат. Модерната печатна техника улеснява локализацията на изданията, типичен пример отново е вестник „Вестдойче алгемайне цайтунг“: през 1954 г. ВАЦ издава 23 локални издания, а през 1998 г. те са вече 57.<sup>129</sup>

През 90-те години издателите са оптимистично настроени – опасенията, че новопоявилите се през 80-те години частни радиостанции и телевизионни станции ще изтласкат вестника, не се потвърждават. В началото на 21 век една нова технология излиза на медийната сцена и изцяло променя конкуренцията на медийния пазар: интернет.

Немските издателски концерни бързо създават онлайн-редакции, които свързват появата на интернет с надеждата за нови пазари с голям потенциал и обхващане на младежките читателски групи. Но края на бума на интернет през 2000 г. води до драматичен спад в рекламните, безплатната информация в мрежата довежда до свиването на тиражите. Настъпва криза на вестникарския бранш, която някои издания не успяват да преодолеят и до днес.

В следващите години вестниците реагират с нови стратегии на създадалата се медийна ситуация: те развиват силни онлайн-портали, които предлагат много допълнителни услуги, въвеждат електронни архиви срещу заплащане, търсят връзка с читателя като му дават възможност

<sup>127</sup> Виж Meyn, S. 75f.

<sup>128</sup> Schütz, Walter (1999), S. 120.

<sup>129</sup> Schütz, Walter (1999), S. 122-129.

той да се изяви като местен репортер, предлагат електронен абонамент и дигитален вариант на вестника като апликация за мобилен телефон.<sup>130</sup>

В първото десетилетие след края на Втората световна война възникват и се оформят новите медийни концерни, които и днес играят основна роля в медийния ландшафт на Германия.

## КОНЦЕРНЪТ „АКСЕЛ ШПРИНГЕР“

Аксел Цезар Шпрингер е роден през 1912 г. в Хамбург. Произхожда от семейство на издатели – баща му ръководи издателство, което публикува вестник „Алтонаер нахрихтен“ („*Altonaer Nachrichten*“, „Новини от Алтона“). След края на Втората световна война вестникът е спрян. По образование печатар и словослагател, работил и като журналист, Аксел Шпрингер успява да натрупа значителни печалби по времето на лицензите от издаването на радиосписанието „Хьор цу“ („Слушай!“) и вестник „Хамбургер абендблат“ („Хамбургски вечерен лист“). През 1947 г. Шпрингер създава собствена компания: „Axel Springer GmbH“. Тайната на неговия успех се крие не само в добрия старт чрез предимствата, които получава като притежател на лицензи, а най-вече в изключителния му нюх за потребностите и интересите на публиката, но и за качествата на подобрените от него главни редактори и журналисти.

Под влияние на първия главен редактор на вестник „Ди Велт“, („Светът“) Ханс Церер издателство „Шпрингер“ силно се политизира и залага на картата на антикомунизма. Самият Аксел Шпрингер е известен с консервативните си възгледи, той се самоопределя като активен антикомунист и използва своите вестници, за да пропагандира идеологическите си позиции. Не случайно един от призивите на студентските и алтернативните движения от 1968 г. е „Отнемете собствеността на Шпрингер!“.

Днес концернът прави опити да се освободи от този негативен имидж и демонстрира прозрачност, като предлага в интернет електронен архив с публикациите в изданията на Шпрингер между 1966 и 1968 г., които са отразявали студентските и протестни движения от края на 60-те.<sup>131</sup>

След смъртта на Шпрингер концернът донякъде губи водещото си място на пазара, той е изтласкан от нови мултимедийни гиганти

---

<sup>130</sup> Meyn, Hermann (2005), S. 71-87; <http://www.mediadb.eu/datenbanken/deutsche-medienkonzerne.html>

<sup>131</sup> <http://www.medienarchiv68.de/>

като компанията на Лео Кирх и заради проблеми с антимонополните служби. И до днес концернът Аксел Шпрингер издава най-тиражните вестници в Германия. От 2006 година основните акценти в неговата политика са експанзията в чужбина, най-вече навлизането на пазарите в Централна и Източна Европа, в Русия, Турция, Индонезия и др., както и развитието на онлайн-изданията:

- Интернационализацията: Между 2005 г. и 2010 г. концернът „Шпрингер“ започва издаването на 30 списания в чужбина, най-вече като лицензни издания. Най-висок тираж чрез лицензи в цял свят има списанието „Ауто Билд“, което излиза всеки месец в седем милиона екземпляра.<sup>132</sup>
- Дигиталните медии: за мениджърите на концерна „Шпрингер“ онлайн-медиите са пазарът на бъдещето. В тях се инвестират и приходи от печатните издания. Целта е този тип медии да достигнат дял в общия оборот на концерна от 50 на сто. Това е амбициозно начинание, като се има предвид, че през 2009 г. дялът им е възлизал на 18 на сто. Например за вестник „Ди Велт“ през 2007 г. се въвежда принципа „Online first!“, според който неговите материали се публикуват в интернет още преди продажбата на печатното му издание. Концернът много активно се бори срещу консумативната култура на безплатната информация в интернет, например чрез издаването на платени „Apps“, програмни приложения за мобилни телефони на вестниците „Билд“ и „Ди велт“.<sup>133</sup>

Символ и източник на медийната мощ на концерна и днес е вестник „Билд“ с тираж над три милиона екземпляра. Създаден през 1952 година в Хамбург, „Билд“ („Bild, с цяло название „Bild-Zeitung“, „Илюстриран вестник“) е замислен като отговор на новата конкурентна медия: телевизията. Той съдържа множество илюстрации, има дясна политическа ориентация, кратки текстове, провокативни заглавия, залага на сензацията, скандала и булевардните теми. Тиражът му е близо 4 млн. екз. и той е седмият по тираж вестник в света. Мотото на вестника е „unabhängig, überparteilich“ („независим и безпартиен“). Има и специално неделно издание под заглавие „Билд ам зонтаг“ („Bild am Sonntag“).

---

<sup>132</sup> [http://www.axelspringer.de/artikel/Internationale-Lizenzen\\_155964.html](http://www.axelspringer.de/artikel/Internationale-Lizenzen_155964.html), 05.02.2011.

<sup>133</sup> <http://www.mediadb.eu/datenbanken/deutsche-medienkonzerne/axelspringer-ag.html>, 05.02.2011; [http://www.axelspringer.de/chronik/cw\\_chronik\\_jahrzehnt\\_de\\_99741.html](http://www.axelspringer.de/chronik/cw_chronik_jahrzehnt_de_99741.html), 05.02.2011.

Въпреки леко спадащия тираж, вестник „Билд“ е медийна институция, която едва ли някой немски политик ще си позволи да пренебрегне. Не малко политици избират именно „Билд“, за да оповестят в интервю особено важни новини или политически решения.

Конкуренти на „Билд“ на пазара на булевардните вестници са вестник „Експрес“ („Express“) на издателска група „ДюМонт Шауберг“, излизащ в Кьолн, „Абендцайтунг“ („Abendzeitung“, „Вечерен вестник“), който излиза в Мюнхен, и „Берлинер Цайтунг“ („Berliner Zeitung“).

*Други национални издания на концерна Аксел Шпрингер са:*

- „Ди велт“ („Die Welt“, „Светът“) – основан през 1946 г. в Хамбург в британската окупационна зона по аналогия на английския вестник „Таймс“. Неговият тираж по това време е около 1 милион екземпляра. В момента се движи над 300 000 екземпляра. „Ди Велт“ е представител на качествената журналистика, десетилетия наред той има консервативна ориентация, симпатизира на политиката на Християндемократическия съюз (ХДС) и остро критикува социалдемократите. В края на 90-те години редакционната политика се променя, днес вестникът заема политически по-неутрална позиция<sup>134</sup>. Шпрингер издава и неделния „Велт ам зонтаг“ („Welt am Sonntag“), както и малкоформатния „Велт компакт“ („Welt Kompakt“).
- Концернът Шпрингер предлага и регионални издания, които, като последица от продажбата на множество заглавия, имат все по-малка роля за оборота на концерна:
- „Хамбургер абендблат“ („Hamburger Abendblatt“, „Хамбургски вечерен вестник“) – първият вестник на Аксел Шпрингер е създаден през 1948 г. с първоначален тираж от 60 000 екземпляра и с логото „Бъдете мили и приветливи един към друг!“. Вестникът е замислен като алтернатива на тогава съществуващата изцяло партийна преса и стремежът му е да бъде независим, неполитичен и само информативен. Днес излиза в близо 240 хил. екземпляра<sup>135</sup>.
- „Берлинер моргенпост“ („Berliner Morgenpost“) – създаденият от Леополд Улщайн вестник през 1898 г. е купен от Аксел Шпрингер през 1959 г. Излиза всеки ден, има и силна онлайн-ре-

---

<sup>134</sup> Schrag, Wolfram (2007): Medienlandschaft Deutschland. München, S. 157

<sup>135</sup> Данните за съвременните тиражи на всички споменати вестници са извадени от портала на IVW, Informationsvereinigung zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V., Информационно обединение за установяване на разпространението на рекламните носители <http://www.ivw.eu/index.php>

дакция, която работи 24 часа на ден. Тиражът му е близо 150 000 екземпляра.

- **„Бецет“** („B.Z.“) – също част от концерна „Улщайн“, купен по-късно от Шпрингер, както и „Бецет ам зонntag“ („B.Z. am Sonntag“)

Дълго време със силно присъствие на пазара на списанията, от 2004 година насам концернът Аксел Шпрингер постепенно намалява участието си в този сегмент. Компанията притежава специализирани издания като:

- автомобилното списание: **„Ауто Билд“** („Auto Bild“) – създадено през 1986 г.;
- спортното **„Шпорт Билд“** („Sport Bild“) – създадено през 1988 г. и е най-голямото спортно списание в Европа с тираж от близо 500 000 екземпляра;
- телекомуникационното списание **„Компютър Билд“** („Computer Bild“) – създадено през 1996 г., посветено на новите технологии, телекомуникациите и интернет, залага на практически съвети, тестове на продукти и безплатни програми като притурка на компакт-диск или DVD. Тиражът му достига 900 хиляди екземпляра;
- женските списания: **„Билд дер фрау“** („Bild der Frau“) и **„Фрау фон хойте“** („Frau von Heute“, „Съвременна жена“), онлайн-списанието **„Гоу феминин.де“** („goFeminin.de“);
- медийното списание **„Хьор цу“** („Hörzu“, „Слушай“) – създадено е през 1946 г., за да представя програмата на радиото, а по-късно и на телевизията. Това е първото издание на Шпрингер. Днес концернът издава още няколко подобни списания като **„ТеФау дигитал“** („TV Digital“), **„Функ ур“** („Funk-Uhr“), **„ТеФау гайд“** („TV GUIDE“), **„ТеФау ной“** („TVneu“);
- музикалните и младежките списания: **„Метъл хамър“** („Metal Hammer“), **„Музикекспрес“** („Musikexpress“), **„Попкорн“** („Popcorn“), **„Ролингстоун“** („Rolling Stone“), **„Ми-стайл“** („me. style“);
- специализираните издания като **„Фото магазин“** („Foto Magazin“, списание за фотография), **„Зегелн“** („Segeln“, списание за яхти) и **„Тенис магазин“** („Tennis Magazin“, списание за почитатели на тениса).

През 2009 г. концернът „Шпрингер“ реализира оборот от 2,612 милиарда евро, а броят на работните места възлиза на 10 740. В последните

години концернът силно развива международното си присъствие и издава версии на своите вестници и списания в много европейски страни като Русия, Полша, Унгария, Сърбия, Словакия, Швейцария, Франция, Испания.

## КОНЦЕРНЪТ БЕРТЕЛСМАН

Медийният гигант Бертелсман<sup>136</sup> води началото си от немското градче Гютерсло в областта Вестфалия, запазило и до днес чара, типичен за средно голям град в предимно селскостопански район. Основата на днешния глобален концерн полага Карл Бертелсман, печатар, който през 1835 г. започва да издава религиозна протестанска литература. По това време Гютерсло е известен в областта с изключителната религиозност на жителите си. Те следвали принципите на протестанския пиетизъм, което допринася за успеха на новото издателство. През 19 век във фирмата се засилва и присъствието на фамилията Мон, която чрез брачни връзки е свързана с фамилията Бертелсман. След Втората световна война издателството се поема от Райнхард Мон, бъдещият „патриарх“ на концерна, който притежава чиста биография и няма връзки с нацистите.

Първите си успехи издателството постига чрез една особена форма на книжовно разпространение: книжовния клуб „Бертелсман лезеринг“. Клубът предлага книги, речници, атласи и спавочници на ниски цени, но срещу абонамент. „Бертелсман“ закупува и компания за грамофонни плочи, части от кинокомпанията УФА, а между 1969 г. и 1972 г. постепенно изкупува повечето дялове в авторитетното хамбургско издателство „Грунер унд Яр“.

След поемането на повече от 70% от собствеността на „Грунер унд Яр“, корпорацията „Бертелсман“ получава водещи позиции на немския пазар на списания и започва експанзията си в чужбина. През 1977 г. Райнхард Мон основава фондацията „Бертелсман“, на която прехвърля личните си дялове през 1993 г. Днес фондацията се смята за една от най-мощните и богати фондации в Германия, която спонсорира научни институти и конкретни проекти с обществено и политическо значение. Безспорно е влиянието на фондацията, когато става дума за налагането на теми в публичния дискурс. Нерядко към нея се отправят упреци относно оказването на политическо влияние в желана от концерна посока.<sup>137</sup>

---

<sup>136</sup> [www.bertelsmann.de](http://www.bertelsmann.de)

<sup>137</sup> Schram, Wolfram (2006), S. 136 ff.; <http://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/bertelsmann-ag.html>, 06.02.2011; Meyn, Hermann (2004), S. 127f.

Със закупуването на дялове от „РТЛ Груп“ компанията „Бертелсман“ навлиза и в бизнеса с електронни медии.

Днес гигантът от Гютерсло е най-големият медиен концерн в Европа с оборот от над 15,300 милиарда евро, който осигурява работни места на над 100 000 души в цял свят, притежава близо 1200 дъщерни фирми и дялове от фирми в 50 различни държави.<sup>138</sup> Сред основните дейности, които гарантират успеха на мултимедийния гигант са телевизията, книгоиздаването, издаването на списания, медийните и телекомуникационните услуги, интернет. Някои от по-големите компании, които се включват в корпорацията „Бертелсман“ са:

- **„ЕрТеЕл Груп“ (RTL Group)** – най-голямата европейска радио- и телевизионна компания, допринася за над 30 % от общия оборот на концерна. Компанията притежава телевизионни станции като ЕрТеЕл (RTL), Супер ЕрТеЕл (Super RTL), Вокс (Vox) и Ен-ТиВи (N-TV) в Германия, М6 във Франция, Антена 3 (Antena 3) в Испания, ЕрТеЕл 4 (RTL 4) в Холандия и ЕрТеЕл Клуб (RTL Klub) в Унгария.
- В процеса на реструктуриране през 2008 г. концернът продава своето 50-процентно участие в „Бертелсман мюзик груп“ (Bertelsmann Music Group, BMG) на концерна „Сони“ и се оттегля от музикалния бизнес;
- **„Рандъм хаус“ („Random House“)** – най-голямата в света книгоиздателска корпорация. С близо 11 000 нови заглавия годишно и дъщерни фирми в цял свят „Рандъм Хаус“ укрепва позицията си като първенец в книгоиздателския бранш. Договори с прочути автори на бестселъри като Джон Гришам, Дж. С. Роулинг и Дан Браун са допълнителна гаранция за успеха на издателството.
- **„Арвато“ („Arvato“)** – един от най-големите концерни за услуги в областта на медиите и комуникациите в света. Портфолиото му включва висококачествени печатни услуги, аудио и видеозаписи, дигитални услуги, производство на софтуер и други услуги от областта на информационните технологии като развитие на онлайн-модели за електронно обучение за деца;
- **„Грунер унд Яр“ („Gruner + Jahr“)** е с най-висок оборот сред немските издатели на списания и най-голямата европейска из-

---

<sup>138</sup> Годишен доклад на Бертелсман АГ 2009, стр. 4; [http://www.bertelsmann.de/bertelsmann\\_corp/wms41/bm/index.php?ci=99&language=1p](http://www.bertelsmann.de/bertelsmann_corp/wms41/bm/index.php?ci=99&language=1p), 16.02.2011; <http://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/bertelsmann-ag.html>, 06.02.2011;



дателска компания в този бранш. Изключително силно развит е бизнесът в чужбина, с който се реализира над 50% от оборота. Преди основаването на самото издателство през 1948 г. журналистът Хенри Нанен издава списанието „Щерн“ („Stern“, „Звезда“), което и днес се смята за „публицистичната звезда“ на компанията. През 1965 г. след обединението на издателите Джон Яр, Герд Буцериус и печатаря Ричард Грунер се създава издателство „Грунер унд Яр“. От 1969 г. дялове на компанията са продават на концерна „Бертелсман“. Днес компанията издава списания и вестници и предлага онлайн-издания в над 30 държави;

- Сред другите списания на „Бертелсман“ са научно-популярните „ГЕО“ („GEO“), „РМ“ („RM“), „Вундервелт Висен“ („Wunderwelt Wissen“, „Удивителният свят на знанието“), женското „Бригите“ („Brigitte“), икономическото „Капитал“ („Capital“), женското списание „Гала“ („Gala“), семейното „Елтерн“ („Eltern“), кулинарното „Есен унд тринкен“ („Essen & Trinken“), интериорните списания „Ливинг ет хоум“ („Living at Home“), „Шьойнер Вонен“ („Schöner Wohnen“), списанието за фоторепортажи „Вию“ („View“) и др.

## АКТУАЛНИ СЕДМИЧНО-ПОЛИТИЧЕСКИ СПИСАНИЯ

Списание „Дер Шпигел“: Ако трябва да се посочи пример за медия, която действа като социален регулатор и коректив на политиката в Германия, тази чест безспорно се пада на списание „Дер Шпигел“ („Der Spiegel“, „Огледалото“). Никое друго издание не е повлияло толкова мощно на демократизирането на германското общество, не е провокирало толкова много обществени дискусии, не е играло ролята на морален коректив за политици и концерни и е формирало поведението и етичните представи на поколения германски журналисти, колкото списание „Шпигел“.

Създадено по модел на американското списание „Тайм“ през 1947 г. в британската окупационна зона, славата и историята на „Шпигел“ е тясно свързана с името на Рудолф Аугщайн, негов основател и дългогодишен издател. „Шпигел“ налага модела на разследващата журналистика от американски тип в Германия в първите години след своето създаване. Още през 1950 г. списанието публикува разследване, което разкрива корупцията на депутати при решението дали бъдещата столица на ФРГ да бъде в Бон или във Франкфурт на Майн.<sup>139</sup>

---

<sup>139</sup> Виж Schrag 2006, S. 164.

Днес списанието разполага с един от най-големите медийни архиви в света, който помага на журналистите при техните разследвания. Преди публикуването на разобличителни статии, екипи от журналисти и чуждестранни кореспонденти прекарват месеци в разследване и съпоставяне на фактите. Независимостта на списанието, търсенето на новината зад фасадата на съобщението за печата, острото журналистическо перо и десетките публикувани разкрития превръщат „Шпигел“ в най-влиятелното списание в Германия. Само през 2010 г. автори на списанието получават над петдесет различни журналистически награди.<sup>140</sup> Днес „Шпигел“ излиза в тираж 1,2 милиона екземпляра, ориентацията му е либерална, с леко лява насоченост.

В историята на ФРГ списанието влиза с аферата „Щраус“, наречена на името на политика и тогавашен министър на отбраната Франц-Йозеф Щраус. През 1962 г. списанието е обвинено в национално предателство заради публикации, които поставят под въпрос способността на Бундесвера да реагира в случай на нападение от страна на Варшавския договор. Статията излиза в политически напрегнатата ситуация по време на Кубинската ракетна криза. Списанието е обвинено, че издава държавни тайни и отговорните журналисти остават в затвора повече от месец, а издателят Рудолф Аугщайн цели 103 дни. Международната общественост е шокирана, говори се за нова диктатура в Германия. Аферата завършва с пълна победа за свободата на пресата, издателят е оправдан, а подбудителят, министърът на отбраната Щраус, е принуден да подаде оставка. Тиражът и известността на списанието растат главоломно, днес „Шпигел“ е най-цитираното издание в Германия, което надминава даже всекидневника „Билд“.<sup>141</sup>

Списание „Фокус“: Макар и ценен като образец за независима журналистика, списание „Шпигел“ предизвиква и много критика – най-вече заради скептицизма и негативизма на неговите автори в търсенето им на обратната страна на медала. В това качество съзира своя шанс издателство „Бурда“, когато през 1993 г. стартира конкуретното списание „Фокус“ („Fokus“).

„Фокус“ е списание по-положително настроено, кратко в изказа, пъстро, визуализиращо информацията с множество графики, диаграми и снимков материал. Списанието залага и на практичната полза за чи-

---

<sup>140</sup> Портрет на списанието, публикувано под заглавие „Faszination Spiegel“ на Интернет-страницата на „Шпигел“ на адрес: [http://www.spiegel-qc.de/deutsch/media/dokumente/partner/specials/sp\\_broschuere\\_faszination\\_2010.pdf](http://www.spiegel-qc.de/deutsch/media/dokumente/partner/specials/sp_broschuere_faszination_2010.pdf), 20.02.2011.

<sup>141</sup> Schrag (2006), S. 162-168; Stöber (2005), S. 290 f.; Meyn (2004), S. 103-105.

тателя, като публикува тестове, сравняващи услугите на осигурителни компании, качеството на обучение в различни университети и т.н.<sup>142</sup> С тази рецепта „Фокус“ успява да се наложи на медийния пазар като конкурент на „Шпигел“. Днес списанието излиза в тираж от над 700 000 екземпляра.

Списание „Щерн“: Сред трите „големи“ седмични списания в Германия се нарежда „Щерн“ („Stern“, „Звезда“). Тиражът на списанието е близо 900 000 екземпляра. „Щерн“ залага – по-често от другите актулни седмично-политически списания с висок тираж като „Шпигел“ и „Фокус“ – на материалите в репортажен стил, които са онагледени с много снимков материал, разчита на привлекателната сила на фотосите в голям формат, на човешкия елемент в отразяването на новината. Списанието е либерално като ориентация и влиза в историята на немската журналистика с редица образци на разследващата журналистика и журналистическия експеримент. Печално известен е случаят с публикуването на дневниците на Хитлер през 1983 г., които се оказват фалшификат и ощетяват имиджа на списанието. Положителен пример е статията „Аз съм правила аборт“ през 1971 г., в която близо 400 жени разказват, че са правили аборт, по време, когато абортите все още са нелегални във ФРГ. И днес актуално като тематика е разкритието, довело до скандала около веригата супермаркети „Лидъл“. През 2008 г. „Щерн“ публикува разследване, в което съобщава, че „Лидъл“ шпионира служителите си и документира с помощта на камери и детективи тайно и изключително детайлно поведението и личния им живот. Статията води не само до обществен скандал, но и до засилен интерес на медиите в следващите години към темата за защита на данните и личния живот на работещите в големите концерни.

## НАЦИОНАЛНИ ВСЕКИДНЕВНИЦИ И СЕДМИЧНИЦИ

В Германия медийният „пазар на мнението“ се доминира от няколко авторитетни всекидневници с национално разпространение, които, за разлика от булевардната преса, се разпространяват чрез абонамент.

„Зюддойче цайтунг“ („Süddeutsche Zeitung“) с тираж близо 540 хиляди екземпляра излиза в Мюнхен и е най-високотиражният автори-

---

<sup>142</sup> Meyn (2004), S. 105 f.; [http://www.hubert-burda-media.de/geschaeftsfelder/magazine/focus\\_wird\\_volljaehrig\\_\\_18130](http://www.hubert-burda-media.de/geschaeftsfelder/magazine/focus_wird_volljaehrig__18130), 20.02.2011.

тетен немски всекидневник с национално разпространение. Стартира през 1945 г. и е първият вестник, получил лиценз в Бавария. Той има либерални и социални позиции, известен е с критичното си отношение към консервативните партии, най-вече към правителството на Християнсоциалния съюз (ХСС), който десетилетия наред печели изборите в провинция Бавария<sup>143</sup>. Известни са разследващите публикации на „Зюддойче цайтунг“ около аферата с „черните каси“ през 1999-2000 г., при която става известно, че Християн-демократическият съюз (ХДС), коалиционен партньор на ХСС, е приемал незаконни дарения от оръжейни концерни по време на управлението на канцлера Хелмут Кол. Известният разследващ журналист Ханс Лайендекер публикува в „Зюддойче Цаутунг“ над сто статии, резултат на прецизни и подробни собствени разследвания.<sup>144</sup>

„Франкфуртер алгемайне цайтунг“ („Frankfurter Allgemeine Zeitung“, съкратено FAZ, „ФАЦ“) е създаден през 1949 г. във Франкфурт. Той излиза в банковия център на Германия – Франкфурт на Майн, вестникът е особено ценен заради силния си икономически ресор и е предпочитан всекидневник сред елитите в икономиката и администрацията. Смята се за най-четения немски вестник в чужбина и се продава в над 120 държави<sup>145</sup>. Ориентацията му е консервативно-либерална, което проличава в неговото оформление. Изданието въвежда цветната фотография на първа страница едва през 2007 г. и едва тогава се отказва от заглавията в готически шрифт, които и днес използва в логото на вестника. „ФАЦ“ традиционно се отказва от управлението чрез главен редактор – редакционната политика се определя от комисия от петима издатели. По време на разширяването на Европейския съюз през 2004 г. вестникът акцентира положителните страни на процеса, за разлика от „Зюддойче цайтунг“, който заема по-скептична позиция.<sup>146</sup> Тиражът му възлиза на близо 460 хиляди екземпляра. Излиза и в неделно издание под названието „Франкфуртер алгемайне зонтагцайтунг“ („Frankfurter Allgemeine Sontagszeitung“).

Характерен за политическия ландшафт и за развитието на обществото в Германия след 1968 г. е всекидневникът „Ди Тагесцайтунг“

---

<sup>143</sup> Schrag (2006), S. 153.

<sup>144</sup> Meyn (2004), S. 262.

<sup>145</sup> Кратък портрет на вестника на Интернет-страницата на изданието <http://www.faz.net/s/Rub40C53DBE70DC475ABECADB63120F6F97/Tpl~Ecommon~SThemenseite.html>, 20.02.2011.

<sup>146</sup> Wasinski, Maria (2007): Die EU-Osterweiterung in der Presse. Die Berichterstattung in überregionalen deutschen Tageszeitungen. S. ...

(„**Die Tageszeitung**“, съкратено „taz“). Той е основан като проект на зелени активисти с леви убеждения през 1979 г. Вестникът и до днес се нарежда сред авторитетните всекидневници, които формират мнението в Германия. Макар и с относително нисък тираж (близо 80 хиляди екземпляра), той играе важна роля в медийната система на Германия. Аудиторията му се състои най-вече от високо образовани представители на елитите, симпатизиращи на екологични и леви идеи, например лекари, прависти, учители, държавни служители от средните и високите етажи на администрацията<sup>147</sup>. „Ди тагесцайтунг“ си поставя за цел да формира и представлява едно алтернативно общество, шумно и ефективно да протестира срещу концентрацията на власт и закостенелите структури в политиката, пледира за социална справедливост, провокира и налага алтернативни теми в обществената дискусия. От 1992 г. вестникът е собственост на кооперация, в която членуват над 10 хиляди читатели, редактори и симпатизанти на вестника, допринасящи с вноските си за съществуването на „своя“ вестник.<sup>148</sup>

Вестник „**Ди Цайт**“ („**Die Zeit**“, „Времето“) е най-известният представител на седмичните вестници в Германия, най-вече заради високото си публицистично равнище и големия си тираж от над 500 000 екземпляра. Създаден през 1946 г. в Хамбург, вестник „Ди цайт“ дължи профила си на авторитетен представител на пресата на мнението на Герд Буцериус, който е и дългогодишен издател на вестника. Буцериус държи изключително на политическата и икономическата независимост на вестника, например от евентуалните претенции на рекламните клиенти.

Характерни за „Ди Цайт“ са подробните анализи и документации с множество факти, изнасянето на обширен коментар на първа страница, който подчертава амбицията на вестника чрез анализа и представянето на определен проблем да даде възможност на читателя сам да формира своето мнение по някои основни политически и обществени теми. По отношение на дизайн седмичникът залага на цветен печат и елегантно оформление, заради което е носител и на много медийни награди.

След смъртта на Герд Буцериус изданието е закупено от издателската група „Георг фон Холцбринг“, която запазва характер на вестника.

---

<sup>147</sup> <http://www.taz.de/taz/pdf/TAZ-MA2009-National.pdf>, 20.02.2011; Schrag (2006), S. 161.

<sup>148</sup> Holtz-Bacha, Christina (1999): Alternative Presse. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, S. 330-349, hier S. 344f. ; Представена на структурата на вестника на Интернет-страницата на изданието <http://www.taz.de/zeitung/genossenschaft/>, 20.02.2011.

Той не следва определена политическа ориентация, но като цяло защитава либерални възгледи.<sup>149</sup>

Медийната група ВАЦ е един от десетте най-големи медийни концерни в Германия и издава 27 всекидневника в общ тираж от близо 2,5 милиона екземпляра, 13 седмичника и над 170 списания. Сред най-важните издания са регионалните всекидневници „Вестдойче алгемайне цайтунг“ („Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ – „Западнонемски всеобщ вестник“), „Вестфелише Рундшау“, („Westfälische Rundschau“, „Вестфалски наблюдател“), „Нойе Рур цайтунг/Нойе Райн Цайтунг“ („Neue Ruhr Zeitung“/„Neue Rhein Zeitung“ „Нов рурски вестник“/„Нов Рейнски вестник“), „Вестфаленпост“ („Westfalenpost“, „Вестфалска поща“) и др. Участва с дялове и в 16 локални радиостанции в провинция Северен Рейн-Вестфалия. Ангажира се след Обединението на Германия в източните провинции, където притежава дялове или изцяло собствеността на „Тюрингер Алгемайне“ („Thüringer Allgemeine“), „Осттюрингер Цайтунг“ („Ostthüringer Zeitung“) и др.

Медийната група ВАЦ инвестира в Централна и Източна Европа, но след въвеждането на изключително строг курс на спестяване през 2008 г. се оттегля от българския медиен пазар, на който притежаваше високотиражните всекидневници „24 часа“ и „Труд“<sup>150</sup>.

В Германия като резултат от новия курс на консолидиране се съкращават стотици работни места за журналисти, а онлайн-редакциите на отделните вестници в „родината“ на ВАЦ, провинция Северен Рейн-Вестфалия, се концентрират в единен информационен портал под названието „Дер Вестен“ (Западът)<sup>151</sup>. Оборътът на издателската група възлиза през 2008 г. на 1,2 милиарда евро<sup>152</sup>.

## ВЪЗНИКВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА РАДИОТО И ТЕЛЕВИЗИЯТА

Рожденната дата на радиото в Германия е 29 октомври 1923 година, когато започва излъчването на редовни радиопредавания. Още през Първата световна война радиото навлиза в Германия, но се използ-

<sup>149</sup> Schrag, S.157f.; Meyn, S.101f.

<sup>150</sup> Съобщение за печета на Медийна група ВАЦ „WAZ Mediengruppe verkauft ihre Beteiligungen in Bulgarien“, 15.12.2010.

<sup>151</sup> Gäbler, Bernd (2011): WAZ Mediengruppe. <http://www.mediadb.eu/datenbanken/deutsche-medienkonzerne/waz-mediengruppe.html>.

<sup>152</sup> Пак там.

ва главно за военни цели. Радиопредаването стартира като проект на елита в националната пощенска администрация и индустрията, без да бъде предварително обект на обществена дискусия, както това става в други държави.<sup>153</sup> Основна роля за изграждането на радиото играе Ханс Бредов, ръководител на отдела за безжична телеграфия в тогавашното Министерство на пощите. Във Ваймарската република възникват радиопрограми, финансирани от частни компании и действащи на регионално равнище. През 1925 г. вече съществуват девет радиоконпании, които основават централната организация „**Райхс-рундфунк гезелшафт**“ („Reichs-Rundfunk-Gesellschaft“). Немските пощи притежават основните дялове в нея, техен представител в управлението на РРГ е Ханс Бредов. В програмно отношение се развива предимно развлекателната функция на радиото, още в тези ранни години се разгаря спор около правата за предаване в спортния сектор – спорът е за репортажите от най-популярния спорт тогава: състезанията по велосипедизъм.<sup>154</sup>

В 1933 г. компанията е национализирана от нацистите и тя е използвана от Министерство на пропагандата на Гьобелс. Нацистите налагат разпространението на така нареченото „**народно радио**“ (Volkempfänger), прост модел радиоапарат на ниска цена, което има за цел да разпространява радиопредаванията на нацистката пропаганда във всяко немско домакинство в страната.

Телевизионни излъчвания започват през 1936 г., когато Олимпийските игри в Берлин са наблюдавани на екрани в обществените сгради в градовете Берлин и Хамбург, но по-късно телевизията е използвана и за военни цели.

## РАЗВИТИЕ НА РАДИОТО И ТЕЛЕВИЗИЯТА СЛЕД ВТОРАТА СВЕТОВНА ВОЙНА

Основната цел на окупационните власти в Германия след края на Втората световна война е създаването на независими медии, които да развиват процеса на демократизация, на скъсване с нацисткото минало. Търси се модел, който да гарантира свобода и независимост на новите медии от политически и икономически влияния. Най-обещаващ се оказва моделът на публично-правните радио и телевизия, които се финансират с помощта на такси. Регионалната структура на радиото

---

<sup>153</sup> Dussel, Konrad. Deutsche Rundfunkgeschichte (2004), Konstanz, S. 29.

<sup>154</sup> Dussel, S. 59f.



и телевизията, която се налага в тези ранни години, се е запазила и до днес<sup>155</sup>.

През 1950 г. се основава АРД (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland – ARD) като публично-правен, обществен радио– и телевизионен оператор за Германия. Днес АРД обединява деветте регионални немски радио и телевизионни програми, а именно

- BR (Bayerischer Rundfunk, Баварско радио и телевизия) с централа в Мюнхен;
- HR (Hessischer Rundfunk, Хесенско радио и телевизия) с централа във Франкфурт на Майн;
- MDR (Mitteldeutscher Rundfunk, Средногерманско радио и телевизия) с централа в Лайпциг;
- NDR (Norddeutscher Rundfunk, Северногерманско радио и телевизия) с централа в Хамбург;
- Radio Bremen (Радио Бремен) от Бремен;
- RBB (Rundfunk Berlin-Brandenburg, Радио и телевизия Берлин-Бранденбург) от Берлин;
- SR (Saarländischer Rundfunk, Саарско радио и телевизия) от Саарбрюкен;
- SWR (Südwestrundfunk, Южногерманско радио и телевизия) от Щутгарт, Майнц и Баден-Баден;
- WDR (Westdeutscher Rundfunk, Западногерманско радио и телевизия) от Кьолн.

Тази организация символично подчертава значението на федералния принцип в Германия, при които отделните федерални провинции играят важна роля в политическо и културно отношение.

Тези станции, заедно радио и телевизионните програми, които излъчва за чужбина „Дойче веле“ („**Deutsche Welle**“, „Немска вълна“), създават програма за над 50 местни радиостанции и мрежи, за два национални радиоканала – „Дойчландфунк“ и „Дойчланд радио култур“, седем регионални телевизионни мрежи и националната телевизионна мрежа „Дас Ерсте“ („**Das Erste**“, „Първи канал“).

Благодарение на координацията в мрежата на ARD около 40% от програмите се създават централно като националните новини, спортните емисии, многото филми. Регионалните радио и телевизионни програми поемат отговорност и продуцират определени предавания, които

---

<sup>155</sup> Diller, Ansgar (1999): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, S. 146-166, hier S. 146-150;

след това се излъчват на честотите и с логото на ARD в цялата страна. Оборътът на ARD за 2009 година е 6, 385 милиарда евро.<sup>156</sup>

Вторият немски канал ЦДФ („Zweites Deutsches Fernsehen“, ZDF, „Втора немска телевизия“) е основан през 1963 г. Още от създаването си ЦДФ, която излъчва от Майнц, но поддържа студия в различни части на страната, е по-близка до консервативните идеи отколкото ARD, въпреки че в последните години това влияние отслабва. ЦДФ предлага и повече развлекателни програми от ARD, без да пренебрегва елемента на информация в своите програми. Оборътът на телевизията е над 2 милиарда евро, а по популярност тя се нарежда сред трите най-гледани телевизионни канали в Германия<sup>157</sup>.

ARD и ZDF участват съвместно в още три телевизионни канала: „3sat“ („3sat“ за култура), „Кика“ („KI.KA“, детски канал) и „Фьоникс“ („Phoenix“, информационен) както и в френско-германския културен канал „Арте“ („Arte“).

Типичен за публично-правната обществена структура на немските радио и телевизия е независимият Съвет за радио и телевизия (Rundfunkrat), който упражнява надзорна дейност върху програмите и в него участват представители на обществено значими групи, които репрезентират основните групи в немското общество като: политически партии, религиозни общности, профсъюзи, съюзи на работодателите, спортни организации, женски и културни организации и други. Съветът избира директорите на електронните медии и контролира спазването на основни програмни принципи, които се съдържат в медийните закони на отделните провинции.

## ДУАЛИСТИЧНА СИСТЕМА – ВЪЗНИКВАНЕТО НА ТЪРГОВСКИ/ЧАСТНИ ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ В ГЕРМАНИЯ

Определят датата 1 януари 1984 година като времето на “медийно-политическия първичен взрив“. На този ден стартира първият частен пилотен проект в град Лудвигсхафен. Започва новата ера от историята на медиите в Германия: развитието на търговските/частните радио и телевизия.

---

<sup>156</sup> Anschlag, Dieter (2011). ARD. Unter: <http://www.mediadb.eu/datenbanken/deutsche-medienkonzerne/ard.html#c275>; Meyn, S. 143-151.

<sup>157</sup> Anschlag, Dieter; Bartels, Christian (2011)/ ZDF. Unter: <http://www.mediadb.eu/datenbanken/deutsche-medienkonzerne/zdf.html>, 20.02.2011.

През 2009 година, 25 години по-късно, в Германия има 244 комерсиални частни радиостанции. Можем да говорим за оформен многообразен пазар със значителни разлики между отделните региони, с развита конкуренция, с форматиранни програми в едни провинции и своеобразни местни монополи в други.<sup>158</sup>

Правната основа за развитието на търговския сектор в областта на електронните медии се създава чрез различните медийни закони, които от средата на 80-те години се гласуват и приемат във всяка отделна германска провинция. Но докато при телевизията видим превес имат каналите с национално разпространение, то при радиото ситуацията е нееднозначна. Провинциите на Федералната република изграждат различни модели, в чиито структури се открояват и различни акценти и приоритети. Например федералната структура на Германия допринася за изключително разнообразие при търговските/частните радиопрограми. Докато провинциите Долна Саксония, Хамбург, Хесен, Шлезвиг-Холщайн, Мекленбург-Предна Померания, Саксония-Анхалт и Тюрингия отварят пътя за развитието на търговски радиостанции с обхват за цялата провинция, то в Северен Рейн-Вестфалия се издават лицензии за търговски радиостанции с локално покритие. В Бавария и Баден-Вюртемберг се приемат концепции, които акцентират върху значението на локалното в програмата на една-единствена търговска/частна радиопрограма за цялата провинция. След въвеждането на търговското радио вестникарските концерни не искат да изпуснат новия шанс и участват много активно в създаването на частни радиопрограми. Това води до двоен монопол на локално равнище, когато собственикът на единствения местен вестник притежава и местното радио.

Публиката реагира с голям интерес към новите радиостанции: по определението на един очевидец, като хора, на които десетилетия наред им е било разрешено да четат само телефонни указатели и изведнъж в ръцете им е подаден брой на вестник "Билд".

Развитието на търговските/частните телевизионни канали в Германия е тясно свързано с кабелизацията на домакинствата в страната. И днес мнозинството германци приемат телевизионни програми по кабел. В средата на осемдесетте години се развиват първите търговски/частни телевизии **Sat.1** и **RTLplus**, които започват пробни предавания през 1984 г.

---

<sup>158</sup> Димитрова, Мария (2002) непубликувана дипломна работа „Частното локално радио в Германия. Примерът на провинция Северен Рейн-Вестфалия“. За данните: [www.alm.de/52.html](http://www.alm.de/52.html).

Едновременното съществуване на публично-правни (обществени) и търговски/частни радио и телевизионни програми в Германия се обозначава с понятието „дуалистична система“.

Медийната концентрация в областта на комерсиалната телевизия е тема, която и днес е особено актуална. Още в началото мощните издателски групи участват в новото предприятие, наречено „телевизия“: „Бертелсман“ си осигурява дялове в „ЕрТеЕл“, а „Шпрингер“ в „САТ.1“<sup>159</sup>

През 1992 г. три търговски телевизии си поделят над 90 % от съответния рекламен пазар: „RTL“, „SAT.1“ и „ProSieben“, създадена през 1989 г. През деветдесетте години на 20 век търговската/частна телевизия претърпява бурно развитие: приходите от реклами растат главоломно, появяват се нови програми като „VOX“, „n-tv“, „Kabel 1“, „RTL 2“ и специализирани програми „Deutsches Sport-Fernsehen“.

Характерно за комерсиалната телевизия е сливането на каналите в така наречените „Senderfamilien“ (буквално „семейства от телевизии“), тоест групировки, състоящи се от няколко телевизионни канали и печелещи от обща структура и ресурси.

Днес основните актьори на немския телевизионен пазар са концернът „Бертелсман“ с неговата „RTL Group“, обществено-правният оператор АРД и медийната група „ПроЗибенЗатАйнс Медиа“ („ProSiebenSat.1 Media“).

„ПроЗибенЗатАйнс Медиа“ притежава по собствени данни най-големия дял от немския телевизионен рекламен пазар и е втората по големина телевизионна група в Европа. В Германия компанията притежава телевизиите

- „SAT.1“,
- „ProSieben“,
- „Kabel eins“ и
- „sixx“, която стартира през май 2010 г.

Основна роля в програмата на трите телевизии изпълняват развлекателните предавания, например сериали, ток-шоута, конкурси, документални поредици и др. Броят на служителите на компанията достига 4814, а годишният ѝ оборот през 2009 година е 2,761 милиарда евро<sup>160</sup>. Възникнала чрез редица сливания на отделните телевизионни

---

<sup>159</sup> Steinmetz, Rüdiger (1999): Initiativen und Durchsetzung privat-kommerziellen Rundfunks. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, S. 167-191, hier S. 182f.

<sup>160</sup> Портрет на медийната група в Интернет: <http://www.prosiebensat1.de/de/unternehmen/prosiebensat1-media-ag/kennzahlen>, 13.03.2011.

каналы, днес „ПроЗибенЗатАйнс Медиа“ е собственост на акционерно дружество, чийто акции се търгуват на борсата. В стремежа си за максимално ефективно управление на ресурсите, мениджмънтът на медийната група решава през 2010 г. да промени структурите на отделните канали и премахва позицията на главен редактор за всяка телевизия<sup>161</sup>. Трите телевизионни програми „Sat.1“, „ProSieben“ и „Kabel 1“ достигат през 2010 г. до 21,9 процента от зрителите. По собствени данни делът на медийната група на германския рекламен пазар възлиза на 43 процента през 2010 година. Намеренията на ръководния екип е да засили интеграцията между отделните канали като заложи на общи продуцентски проекти – създаването на филмови сериали, документални поредици, тоук шоута и риалити формати, за да задържи своята традиционна аудитория, както и да спечели за своите брендове младите поколения, настойчиво изкушавани от новите онлайн технологии.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Първите вестници (седмични и всекидневни) започват да излизат в средновековните немски земи, но забавеното политическо развитие на Германия спира създаването на активна политическа преса и дава път на „столетието на списанията“, което продължава почти до Великата френска революция от 1789 г. Германия, тази страна на „затлачените реки и затлачените революции“, според един съвременник, сравнително късно се включва в европейското политическо състезание. В периода на националното обединение през 19 век немската журналистика частично преодолява принудителната децентрализация на пресата, регионализацията на проблематиката и създава мощни издателски концерни в края на 19 век, не без помощта на държавата и на различни патриотични и военни организации и съюзи.

Минала през пораженията, огорчението и поуките на две световни войни днешната немска преса се характеризира с множество заглавия на вестници – всекидневници и седмичници, силно пазарно присъствие и влияние на регионалните издания, които често се изграждат на принципа на синдикирането – обща част и локални притурки, ясно разграничение между абонаментните вестници, които обикновено са качествени и са с национално разпространение (ФАЦ, „Ди Велт“, „Зюд-

<sup>161</sup>

<http://www.mediadb.eu/datenbanken/deutsche-medienkonzerne/prosiebensat1.html>, 28.02.2011.

дойче цайтунг“) и сензационни издания, разчитащи на улична продажба (“Билд“, „Експрес“), богата палитра от списания с общ и специализиран профил, издавани от издателства за периодика със световен авторитет и в милионни тиражи. Партийната преса е с ниски тиражи и слабо обществено влияние и изданията разчитат предимно на рекламните приходи, за да гарантират своята икономическа и оттам политическа независимост. Осъществяваният в последните години процес на медийна концентрация позволява да се разгръща ефективна кросмедийна продукция в различни по тип и националност медии. Върху този процес влияе както проникването на външни капитали, така и експанзията на немските мултимедийни конгломерати на нови пазари и в пространствата на новите медийните технологии. Показателна е амбицията на концерна „Шпрингер“ приходите му от онлайн медиите да достигнат до 50% от общия оборот за няколко години като сега този процент е малко над 20%. В името на тази цел приходите от печатните издания отиват за целево и ускорено финансиране на дигиталните технологии. Примерът не е единствен. Водещите мултимедийни конгломерати на Германия следват тази дисциплинираща логика на инвестиции в развитието на новите медии, като по този начин си осигуряват утрешното си присъствие в медийния свят на Германия, Европа и света.

## Литература

Димитрова, М. Частното локално радио в Германия. Примерът на провинция Северен Рейн-Вестфалия, 2002 (непубликувана дипломна работа).

Петров, М. Съвременна журналистика на ФРГ. София, 1985 г.

Петров, М. Америка – социалният тропик. Социум и медии на САЩ от Пулицър до Мърдок. София, 2010.

Петров, М. К. Михайлова, Монополизация по немски. Процесите на концентрация в германската журналистика 1870 – 1933 – тенденции, личности, издания. В: Годишник на Софийския университет Св Климент Охридски. Факултет по журналистика и масови комуникации“. Том 7, 2000.

Раф, Д. История на Германия. С., 2000.

Anschlag, D. ARD, 2011 Unter: <http://www.mediadb.eu/datenbanken/deutsche-medienkonzerne/ard.html>.

Bogel, E, E. Blühm, Die deutschen Zeitungen des 17. Jahrhunderts: ein Bestandsverzeichnis mit historischen und bibliographischen Angaben. Band 1, Bremen, 1985.

Dussel, K. Deutsche Tagespresse im 19. Und 20. Jahrhundert. Münster, 2004.

Gäbler, B. WAZ Mediengruppe, 2011, <http://www.mediadb.eu/datenbanken/deutsche-medienkonzerne/waz-mediengruppe.html>.

Haug, C. Reisen und Lesen im Zeitalter der Industrialisierung. Die Geschichte des Bahnhofs- und Verkehrsbuchhandels in Deutschland von seinen Anfängen um 1850 bis zum Ende der Weimarer Republik. Wiesbaden, 2007.

Holtz-Bacha, C. Alternative Presse. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 1999.

Holzweißig, G. Massenmedien in der DDR. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 1999.

Jordan, L. Die 100 des Jahrhunderts: Unternehmer und Ökonomen. Reinbeck bei Hamburg, S 1995, <http://www.polunbi.de/inst/hugenberg.html>, 30.01.2011.

Klemp, S. Richtige Nazis hat es hier nicht gegeben – Nationalsozialismus in einer Kleinstadt am Rande des Ruhrgebiets, 1997.

Koszyk, K. Presse unter alliierter Besatzung. In Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 1999.

Kraus, E. Die Familie Mosse: Deutsch-Jüdisches Börgertum im 19. Und 20. Jahrhundert. München, C.H. Beck, 1999  
Krause, K. Alma Mater Lipsiensis: Geschichte der Universität Leipzig von 1409 bis zur Gegenwart, Leipzig, 2003.

Mann, G. The History of Germany since 1789. N.Y., 1968.

Meyn, H. Massenmedien in Deutschland. Neuauflage 2004. Konstanz.

Naray, J. So revolutionierte B.Z. die Medienwelt. Ein Rückblick auf die Geburtsstunde einer neuen Presse-Ära: Die B.Z. vor 105 Jahren. 2009, Unter: Online-Archiv der Zeitung Rathmann, L. (Hrsg.): Alma mater Lipsiensis Geschichte der Karl-Marx-Universität Leipzig, Leipzig, 1984.

Obermeier, K.-M. Medien im Revier. 1991.

Pürer, H., J. Raabe, Presse in Deutschland. Konstanz, 2007.

Schilling, M. Bildpublizistik der frühen Neuzeit. Aufgaben und Leistungen des illustrierten Flugblatts in Deutschland bis um 1700, 1990, Tübingen.

Schottenloher, K. Flugblatt und Zeitung: ein Wegweiser durch das gedruckte Tagesschrifttum, Berlin, 1922.

Schrag, W. Medienlandschaft Deutschland. München, 2007.

Schroeder, T. Die ersten Zeitungen: Textgestaltung und Nachrichtenauswahl. 1995, Tübingen, Gunter Narr Verlag.

Schumann, A. Berlin, Berliner Presse und Französische Revolution: Das Spektrum der Meinungen unter preußischer Zensur 1789-1806, Diss. TU Berlin, 2001.

Schütz, W. J. Entwicklung der Tagespresse. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 1999.

Steinmetz, R. Initiativen und Durchsetzung privat-kommerziellen Rundfunks. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 1999.

Stoerber, R. Deutsche Pressegeschichte, 2005, UVK Konstanz.

Wasinski, M. Die EU-Osterweiterung in der Presse. Die Berichterstattung in überregionalen deutschen Tageszeitungen, 2007.

Winkler, H. A. Der lange Weg nach Westen, Band 1: Deutsche Geschichte vom Ende des Alten Reiches bis zum Untergang der Weimarer Republik, München, 2000.



## 4: ДАНИЯ

*Мария Попова*

### ПЪРВИ ИЗДАНИЯ

Положението на медиите в Дания не е по-различно от това в другите скандинавски държави, като датското общество и култура се явяват пресечна точка между северноевропейската и немската културна и социална традиция. Въпреки че продължава да стои сред европейските медийни първенци по ползваемост на медийното съдържание<sup>162</sup>, в последните години в Дания се наблюдава снижаване на интереса към партийната и сериозната преса като цяло, и заедно с това – увеличаване на възрастовите показатели на медийната аудитория, доколкото младите датчани предпочитат инфотеймънта на електронните медии или интерактивността на интернет.

Предтечите на журналистиката в Дания се свързват с хвърчащите листове с новини, чието съдържание отразява социалните и политическите трансформации, през които страната преминава. Макар първите медии в Дания да имат относително по-късна поява, в сравнение с другите европейски държави, още от самото начало те се ползват с голямо обществено влияние. Като причина може да се посочи дългото икономическо и социално възстановяване след края на Реформацията, през което страната трябва да премине. Датската държава се явява наследник на онази голяма като територия и влиятелна като положение северноевропейска държава, създадена през 1397 г. в рамките на Калмарската уния, в която, под датска власт на кралица Маргрете I Датска, са териториите на днешните Дания, Швеция, Финландия и Норвегия. През 17 век обаче датското общество се разделя на силна и икономически стабилна аристокрация, влиятелно духовенство и малоимотни и безимотни селяни. Управлението е в ръцете на избран от средите на участващата в националния парламент аристокрация монарх или е наследствено предопределено за първородния син на предходния монарх. От своя страна кралят подписва приета-

---

<sup>162</sup> 345 екз. от датските вестници се падат на всеки 1000 души, В: Енциклопедия Larousse. Тема Медии. С., 2005, Icon.

та от парламента конституция и разделя своята власт с делегатите на аристокрацията и духовенство.

Във вътрешнополитически план периодът започва с управлението на крал Кристиан IV (1577-1648), който е най-дълго властващият датски крал, определен от съвременниците си като „великия национален крал“ на Дания. Въпреки едноличното си управление и водените от него изтощителни военни действия, за голяма част от политическите и социалните му решения се смята, че са взети с чувство на отговорност за страната.

В началото на 17 век Кристиан IV предприема война с Швеция, от която излиза победител, увеличава влиянието на Дания в световната политика и получава солидни парични компенсации от Швеция. Той провежда селскостопански и търговски реформи в Дания. Като най-едрия датски земевладелец, кралят слива всичките си лични стопанства в общи комплекси и печели от безвъзмездния селски труд. Кристиан IV премахва ограниченията пред градските еснафи и дава възможност за икономическо развитие на дребната буржоазия в страната – отстранени са разпоредбите, които регламентират броя на майсторите, размерите на цените и на произведената продукция, дадени са привилегии на кралските манифактури. Въпреки че Кристиан IV не е действителен застъпник на интересите на буржоазията, със създадените от него по-благоприятни условия и с налаганите рестрикции спрямо местната аристокрация, си спечелва нейната признателност. Тя особено нараства през следващите години, когато Дания търпи военни поражения и спада международната ѝ репутация. Около образа му се налага представата за „великия добър крал“, чийто положителни намерения са спъвани от аристокрацията, за „националния владетел“, който работи в името на държавата и благоденствието на нацията.

В периода след 1661-1662 г. следващият крал Фредерик III (1609-1670) предприема стъпки за преминаване към абсолютистка монархия и даже урежда със закон наследствения статут на кралската власт. Това е време, когато вътрешната и външна политика на Дания се определя от войните между нея и съседните ѝ държави. В резултат на водените и загубени между 1643 г. и 1679 г. четири войни с Швеция, Дания е поставена почти в зависимо положение и губи една трета от своята територия. Обтегнатите военни отношения между двете страни продължават и през следващите години и макар формално Дания да печели повечето от тях, през 1720 г. се стига да подписване на мирен договор, който утвърждава водещата позиция на Швеция в прибалтийския регион и отслабената политическа и военна роля на Дания.

Промени се наблюдават и във вътрешнополитически план. Въпреки че Фредерик III става символ на датската съпротива срещу шведските войски, буржоазията оказва твърд отпор на опитите на датската аристокрация да запази привилегированото си положение. Исканията за реформи се отнасят както за отдаването под аренда на земите на благородниците, съобразяване на данъците според качеството и количеството на реколтата, премахване обвързаността на селяните със земята (крепосничеството), така и за свикване на парламентарни избори и модернизирание на администрацията.

Нарастването на влиянието на буржоазията, подобряването на условията за производство и разширяването на търговските контакти се оказват благоприятен тласък за последващата поява на пресата в Дания.

За първи датски вестник се приема **„Еуропише вохенлихе цайтунг“** (**„Europäische wöchentliche Zeitung“**, „Европейски седмичен вестник“), който се появява през 1663 г. в Копенхаген, въпреки че съдържанието му е изцяло на немски език.

Едва през 1666 г. се започва да излиза веднъж месечно и първият вестник на датски език – **„Ден Данске Меркуриус“** (**„Den Danske Mercurius“**, „Датски Меркурий“), който има две страници и съдържа местни и международни новини. Вестникът е списван и редактиран от Андерс Бординг в продължение на 14 години.

---

**Андерс Бординг** (1619 – 1677) е известен датски поет и журналист, автор на популярни епиграми, балади и поеми написани на латински и на датски език. Творбите му са определяни като сантиментални, хумористични и самоиронични, обикновено написвани по определен повод (сватба, погребение, хвалебствие). Създател е на първия вестник на датски език **„Ден Данске Меркуриус“**.

---

Факт е, че голяма част от датското общество последователно и бързо си изгражда навици за четене на вестници, а много от известните датски журналисти активно участват в обществения живот в страната, някои от тях влизат и в управлението като министри.

През следващите години Дания претърпява сериозни конфликти и с Германия. От една страна, в резултат на Реформацията, подобно и на Германия, в Дания е наложено протестанството като водеща религия. Но от друга – между двете страни има продължителен спор за териториите на Шлезвиг и Холщайн. Той временно приключва през 1773 г. с подписването на обща договореност между тях, но продължава отново с военни действия през 1849 г., които Дания печели и през 1864 г., които

губи. В резултат на тях северноевропейската държава е принудена да се откаже от тези области и макар в тях да има датско малцинство, доминираща е прогерманската ориентация на населението.

През 1749 г. започват да излизат вестниците „Берлинске Тиденде“ („*Berlingske Tidende*“, „Вестник на Берлинг“) и „Кьобенхавес-Адресе-Комптоирес Ефтеретнинер“ („*Kjöbenhaves-Adresse-Comptoirs Efterretninger*“, „Вестник с адрес Копенхаген“), през 1803 г. се появява „Дейен“ („*Dagen*“, „Ден“), а през 1827 г. – „Кьобенхунспостен“ („*Københavensposten*“, „Поща на Копенхаген“). Съдържанието на тези издания не е особено разнообразно – бегло са представени вътрешните новини, а актуалните събития просто са отбелязани като хроника.

По време на управлението на кралете Фредерик V (1723-1766) и Кристиян VII (1749-1808) Дания преминава през още няколко сериозни военни конфликта. Първият е свързан с участието на страната като съюзник на Русия във война срещу Швеция между 1788-1790 г. Вторият започва с ултиматума на Великобритания да се присъедини към нея и последвалата жестока обсада на Копенхаген през 1807 г. В отговор Дания става съюзник на Наполеон, но след отслабването на Френската империя е окупирана и губи Норвегия (която до този момент е част от общата Датско-норвежка уния), която е присъединена към Швеция, както и някои други територии.

Опитът за възстановяване на предишния абсолютистки режим от страна на Кристиян VII, известен и като „родения просветен монарх, Фридрих Велики на датския престол“, обединява журналистите и те активно влизат в ролята на опозиция на властта. На страниците на вестниците се поставят повечето от важните за страната въпроси, свързани с опитите за реформи. Те са провеждани от управляващия от името на краля придворен лекар Йохан Фридрих Шруензе, немец по произход и са насочени най-вече към промяна положението на администрацията и утвърждаването на финансова стабилност на страната. При тяхното налагане се стига до честа смяна на различни министри, но и до премахването на държавните субсидии за занаятчийското съсловие, което, в съчетание с разрешения безмитен внос на чуждестранни стоки, води до фалит на манифактурите за производство на коприна и памук, а занаятчийството и търговията по това време са основните производствени дейности на страната. Особено неуспешни се оказват стремежите за реформирането на селското стопанство и за окончателното освобождаване на селяните. Въпреки че им се дават равни избирателни права с тези на аристокрацията и буржоазията, действително развитие на аграрния

сектор няма, а политическите борби и медийните дебати около въпроса за Шлезвиг и Холщайн фокусират общественото мнение. От медийна гледна точка желанието на Шруензе да даде по-голяма свобода на пресата се оказва в положителна насока, въпреки че именно неговото управление е често критикувано от журналистите.

Това е и период, през който в страната се засилват националните настроения, развива се датската култура, утвърждава се датският език. След първоначалната икономическа криза, причинена от военните действия, Дания се стабилизира, водещ икономически отрасъл продължава да е селското стопанство, но се развиват занаятите и промишлеността.

Списанията в Дания възникват сравнително късно и следват образа на английските списания. Първото датско списание, подобно и на първия датски вестник, започва да излиза на немски език. То е основано през 1745 г. от Елиас Шлегел под името „Дер Фремде“ („**Der Fremde**“, „Чужденец“). Списанието дава ясна и точна картина за нравите и идейните течения, присъщи на обществото в Копенхаген за този период.

---

**Йохан Елиас Шлегел** (1719 –1749) е немски критик и поет. Завършва право в Лайпцигския университет. През 1743 г. заема поста на личен секретар на своя роднина – саксонския посланик в Дания фон Спенер. Впоследствие е избран за извънреден професор. По време на престоя си в Дания сътрудничи на немския вестник „**Бремер Бейтройге**“ („**Bremer Beiträge**“, „Бременски мнения“) и основава и редактира списанието „**Дер Фремде**“ („**Der Fremde**“, „Чужденец“). Автор е на две комедии „*Der Triumph der guten Frauen*“ и „*Die stumme Schönheit*“, както и на трагедията „*Hermann and Canut*“, написана в стихотворна форма.

---

По-късно се появяват и списания на датски език като „**Данске спектатор**“ („**Danske Spectator**“, „Датски наблюдател“) и „**Минерва**“ („**Minerva**“, „Минерва“), което е редактирано от Кристен Хенриксен Прам и излиза в периода 1785-1791 г.

Интересни са и списанията „**Илюстререт тиденде**“ („**Illustreret Tidende**“, „Илюстриран вестник“), което започва да излиза през 1859 г. и „**Илюстререт фамилиежурнал**“ („**Illustreret Familiejournal**“, „Илюстрирано семейно списание“), което се появява през 1877 г.

През 1849 г. Крал Фридрих VI (1768-1839) с известна неохота се заема към осъществяване на своите обществени задачи. Приетата през същата година конституция активизира политическия живот. Създаден е двукамарен парламент (Фолкетинг и Ландстинг) и се оформят няколко основни политически сили. В ляво от центъра са Либералната партия

(Danmarks Liberale Parti), по-известна като Венстре (Venstre, Лява), която е създадена през 1849 г. и се приема за най-старата политическа партия в страната. Лява е и Социалдемократическата партия (Socialdemokratiet Parti), която е основана от Луис Пио няколко години по-късно – през 1871 г. под името Международна работническа асоциация за Дания (Den Internationale Arbejderforening for Danmark). Първоначално тя е чисто ляво ориентирана, по-късно се развива в посока на реформистка, а от 1925 г. се налага като най-голямата партия в Дания. През 1905 г. се появява и Социаллибералната партия (Det Radikale Venstre Parti).

В дясното политическо пространство значение имат Дясната партия (Højre Parti), която има парламентарно представителство от 1850 г. и която по-късно променя названието си на Консервативна народна партия (Det Konservative Folkeparti), както и Партията на справедливостта (или Партията на единствения данък, Danmarks Retsforbund Parti), създадена през 1919 г.

Доста по-късно се появяват Комунистическата партия, организирана през 1919 г., Социалистическата народна партия (Socialistisk Folkeparti), основана през 1959 г. от бивши членове на Комунистическата партия, нейна фракция е и Партия на демократите от центъра, която се оформя през 1973 г. Християнската народна партия е образувана през 1970 г., а Партията на прогреса – през 1972 г.

В Конституцията от 1849 г. са публикувани и нови правила, чрез които се регулира свободата на печата, точно се определят нейните граници и съответно наказанията за тяхното нарушаване, а въвеждането на цензура се приема за нежелателно.

Опозиционни вестници са „**Политикен**“ („**Politiken**“, „Политика“), „**Морнбладет**“ („**Morgenbladet**“, „Сутрешен вестник“), „**Соушиалдемократен**“ („**Socialdemokraten**“, „Социалдемократ“). Защитници на стария режим пък са „**Дейбладет**“ („**Dagbladet**“, „Всекидневник“), както и „**Нашоналтиденде**“ („**Nationaltidende**“, „Национален вестник“).

В началото на 20 век, след въведеното задължително образование за датското население, се появяват и първите масови издания – с по-голям тираж и по-разнообразно съдържание. Медиите активно отразяват промените в социалния и политическия живот – като например даването на изборни права на жените през 1915 г., желанието на Дания да се наложи като водеща държава в северноевропейския регион, стремежа за запазване на неутралитет по време на Първата световна война.

Като следствие от големите социални промени, от избухналите работнически бунтове през 1921 г. и 1922 г. и активизирането на левия по-



литически сектор, през 1924 г. политическото управление на страната е дадено в ръцете на социалдемократа Торвалд Стаунинг, който е подкрепен и от социаллиберала Петер Мунх. През тези години се утвърждават социалните функции на държавата, формирани под лозунга „Социална подкрепа за „малкия човек“. Политиката им налага държавна намеса в социалната и икономическа сфера, която, подобно на останалия свят, е разтърсвана от последиците от Голямата депресия. Мерките, които коалиционното между социалдемократи и социаллиберали правителство предприема, са насочени към намаляване на безработицата, контрол върху финансовите потоци и свободните пазарни взаимоотношения, въвеждането на държавни квоти за определени производствени сектори (например за традиционен отрасъл като развъждането на добитък за клане), както и въздействие върху показателите между внос/износ и на външната търговия като цяло.

---

**Луис Пио** (1841-1894) е датски политик, създател на организираното работническо движение и на датската Социалдемократическа партия. След тежко детство и незавършено образование, започва работа като учител, покъсно и като писател, като журналист във в. „**Дейс Ависен**“ („**Dags Avisen**“, „Всекидневник“) и като пощенски служител. Покрай интересите си към датския фолклор се запалва по социалистическите идеи. След създаването на Парижката комуна, поддържа кореспонденция с представители на Социалистическия интернационал в Женева и иницира организирането на негова секция в Дания. Той е активен автор в особено популярния социалистически вестник „**Соушиалистен**“ („**Socialisten**“, „Социалист“), който излиза в Копенхаген от 1871 г. Пио е сред теоретичите на датския социализъм, участва в организирането на работнически стачки, за което е и арестуван. Въпреки популярността си, през 1877 г. Пио напуска Дания и основава социалистическа колония в провинциален град в щата Канзас, САЩ. След неуспеха ѝ се премества в Чикаго, където живее в бедност до смъртта си през 1894 г.

**Торвалд Стаунинг** (1874-1942) е датски политик, първият датски премиер – социалдемократ, който управлява страната два пъти – между 1924 и 1926 г. и между 1929 и 1942 г. Кариерата му започва като профсъюзен лидер на работниците в цигарените фабрики. Между 1898-1904 г. редактира профсъзнатото списание „**Самарбейдет**“ („**Samarbejdet**“, „Кооперация“), а през 1906 г. е избран за депутат в долната камара на парламента. Става председател на Социалдемократическата партия през 1910 г. и остава на този пост до 1939 г. Оглавява кабинет на малцинството през 1924 г. и коалиционен кабинет заедно със Социаллибералната партия през 1929 г.

По време на неговото управление Дания въвежда социалния модел, характерен и за другите скандинавски страни, гарантиращ икономическо развитие и значими социални права на гражданите.



**Петер Мунх** (1870-1948) е водещ датски историк и политик, един от основателите на датската Социаллиберална партия и член на датския парламент. Участва в няколко кабинета на различни постове. Между 1920 и 1938 г. Мунх е датският делегат в Лигата на нациите (Обществото на народите), въз основа на която по-късно е създадена ООН.

Особено успешна се оказва ролята на Мунх като външен министър във втория кабинет на Торвалд Стаунинг. Той успява да създаде добри външно-политически връзки и е сред поддържниците на датския международен неутралитет. След нападението от Германия, той е един от политиците, наложили виждането Дания да приеме мирно своята окупация, за което, след края на Втората световна война, е критикуван.

---

Външнополитическият неутралитет на Дания продължава и в началото на Втората световна война, въпреки че страната попада под немско влияние. През 1940 г. обаче, когато Дания е окупирана от нацистка Германия, политическият процес е силно ограничен, а съществуването на Датската комунистическа партия е забранено, въведена е и медийна цензура.

Датското общество отговаря с протести срещу умереното правителство на социалдемократата Ерик Скавениус, който е принуден да подаде оставка и властта да остане в ръцете на прогерманско служебно правителство. Левите сили в страната се организират, а Освободителният съвет, нелегално датско правителство, координира дейността на датската съпротива. Създадено е нелегално партизанско движение, издава се нелегален вестник „Фрит Данмарк“ („Frit Danmark“, „Свободна Дания“), съвместно между представители на Комунистическата и Консервативната партия, предприети са саботажни действия, а през 1942 г. в Лондон е създаден свободна датска радиостанция, която предава нелегално за окупираните датски територии.

Военното положение и социалната нестабилност на Дания подтикват Исландия, която до този момент е част от общата държава, да предприеме действия по отделянето си. Подобни искания са поставени неколкократно (през 1930, 1937 и 1940 г.), но едва през 1944 г., след проведени избори, Исландия обявява независимост, която е приета без възражение от управляващия датски крал Кристиан X (1870-1947).

## СЪВРЕМЕННИ ВЕСТНИЦИ

Краят на Втората световна война заварва датското общество в много по-добро икономическо положение от останалите окупирани от нацистите територии, включително и от самата Германия. Поет е курс към социална стабилност, международно сътрудничество и политиче-

ска балансираност. Водещо положение продължават да имат социалдемократите, през 1949 г. Дания става част от НАТО, а през 1945 г. и на ООН. От 1972 г., когато Дания е под управлението на настоящия си монарх – кралица Маргрете II (р. 1940), страната е член на ЕС. Дадената широка автономия на Фарьорските острови и Гренландия гарантира тяхното оставане под датска власт.

Положението на съвременните медии в Дания предполага успешно обществено влияние и висока медийна ползваемост. През 50-те години в страна излизат около 100 вестника, за които са абонирани над 80% от населението. Свободата на пресата е конституционно право и правителството не упражнява никаква форма на контрол, съществуващият Закон за печата цели да регламентира преди всичко взаимоотношенията между различните медийни играчи и между обществото и медиите. Затова спомага и икономическата обстановка в страната, като в 50-те и 60-те години даже се говори за „експлозия на благополучието“. Управлението на Дания двукратно е поверено в ръцете на социалдемократа Йенс Ото Краг, чиято линия на „икономическа демокрация“ води до повишаване като цяло на качеството на живот на датчаните – по-високи заплати и пенсии, самостоятелни жилища, добри здравни услуги.

До средата на 20 век монопол в информационно отношение има т.нар. „система на четирите вестника“ – изданията на четирите основни политически партии в страната – Социалдемократическата, Консервативната народна партия, Либералната и Социаллибералната. Последвалото намаляване на интереса към строго партийната линия на пресата е резултат от относително стабилната политическа обстановка в Дания (например според приетата през 1953 г. нова конституция е решено парламентът да е еднокамарен – Фолкетинг), но и от появата на нови масови вестници и най-вече от развитието на електронните медии – радио и телевизия. Това води до рязък спад на тиражите на централните партийни вестници, до заемането на неутрална политическа позиция, на балансираност и плуралистичност, както в представяните новини, така и в задълбочените коментари и анализи, с което се отличава датския печат, следващ модела на традиционната качествена британска преса.

Втората половина на 20 век изправя Дания пред значителни икономически сътресения – нарастване на данъците, спад в покупателната способност, намаляване нивото на заплатите и пенсиите, ограничаване на производството, растяща безработица. Това води до лъкатушения в политическата линия на страната – в управлението се редуват правителства на малцинството, както от десния спектър, така и от левия, появя-

ват се популистски политически групировки като Партията на прогреса на Моенс Глиструп, който става популярен с отказа си да плаща данъци и със заиграването с национализма, в противовес на създаденото общоевропейско социално-икономическо и политическо пространство.

Водещо положение сред вестниците в Дания имат тези с голямо национално разпространение, а издаващите ги медийни компании „Берлинске Медия“ („**Berlingske Media**“) и „ЮП/Политикен Хус“ („**JP/Politiken Hus**“), освен качествена преса, публикуват и по-масови, таблоидни издания и имат значим пазарен дял и приоритетни рекламни приходи. Регионалните вестници, въпреки че са много на брой, също са собственост на големите медийни организации и, за да останат на медийния пазар, са принудени да съвместяват разнообразно съдържание – както сериозни текстове, посветени на политически, икономически и социални проблеми, така и развлекателни, поради което изданията са наречени „омнибуси“<sup>163</sup>.

Най-тиражният датски всекидневник е „**Морнависен Юландс-Постен**“<sup>164</sup> („**Morgenavisen Jyllands-Posten**“, „Сутрешна поща на Ютландия), или както на кратко е наричан „Юландс-Постен“ („**Jyllands-Posten**“, или JP). Издава се от медийната компания „ЮП/ Политикенс Хус“ („**JP/Politikens Hus**“) и е с тираж от около 170 хил. екземпляра.

Вестникът е основан през 1871 г. под името „Юландспостен“ и бързо става популярен сред младите хора, още повече че редакцията му има достъп до правителствения телеграф и успява да публикува новините един ден по-рано от своите конкуренти.

До 1938 г. вестникът официално подкрепя дясната Консервативна народна партия, но след спада на интереса към политическата преса се самоопределя като независимо либерално – консервативно издание.

През годините се налага като авторитетен вестник и в международен план, активно отразява световните новини – първоначално подкрепя Великобритания и критикува Германия, най-вече защитавайки датското малцинство в Германия и с желание за промяна на границите между двете държави, по-късно поддържа Мусолини, но и успява да утвърди благоприятни връзки с някои от популярните британски вестници като „Таймс“ и „Дейли телеграф“.

---

<sup>163</sup> Омнибус е вид градски транспорт, характерен за втората половина на 19 век, при който има купе за 15-20 пътника, теглено от конен впряг. Част от пътниците се возят не само вътре, но и прави, хванати за вратите. Предшественик както на градските автобуси, така и на трамваите. – б. м.

<sup>164</sup> [www.jp.dk](http://www.jp.dk)

През 1954 г. „Юландс-Постен“ е първият датски вестник, който започва да отпечатва цветни фотографии. През 1982 г. неговото неделно издание става най-популярният вестник в Дания, като през 1994 г. достига тираж от 153 хил. екз. Към вестника излизат различни тематични приложения, посветени на спорт, международни новини и анализи, култура, туризъм, женски теми, мъжки теми, автомобили, вътрешен интериор и т.н. Тези приложения са в таблоиден формат, за разлика от основното тяло на вестника (който излиза в широк формат), поради което са известни като „вестникарски списания“ („avismagasiner“).

Интернет версията на вестника стартира през 1996 г. и бързо става най-посещаваният новинарски сайт. Поддържа своя версия и на английски език, съвместно с англоезичния в. „Копенхаген Поуст“. От 2006 г. съществува и отделен портал за бизнес новини „Ерверв По Нетер“ („Erhverv På Nettet“)<sup>165</sup>.

През септември 2005 г. „Ютландс-Постен“ придобива световна популярност с това, че на цяла страница публикува карикатури посветени на мюсюлманския начин на живот, като на една от тях е изобразен пророкът Мохамед с чалма във формата на бомба. Реакцията е изключително остра от страна на целия мюсюлмански свят, организирани са множество протести, настъпва дипломатически разрыв с правителствата на някои ислямски държави, които изтеглят своите дипломати от посолствата си в Дания. В последствие карикатурите са публикувани и в други европейски вестници като немския „Ди Велт“, френския „Франс соар“, както и българския „Новинар“.

„Копенхаген поуст“ („The Copenhagen Post“, „Поща на Копенхаген“)<sup>166</sup> е единственият датски вестник, който излиза на английски език. Седмичникът е основан през 1997 г., а тиражът му достига до 15 хил. екз. Съдържанието му е доста разнообразно, а голяма част от новините са предоставени от националната информационна агенция „Рицаус Бюро“ и в. „Юландс-Постен“.

Вторият по тираж вестник в Дания е „Политикен“<sup>167</sup> („Politiken“, „Политика“). Създаден е през октомври 1884 г. в Копенхаген от Виго Хьоруп, Едвард Брандес и Херман Бинг под името „Дабладет Политикен“ („Dagbladet Politiken“, „Политически всекидневник“). Свързва се с политиката на датската Социаллиберална партия, въпреки че сега се определя по-скоро като независимо социално-либерално издание. Ти-

---

<sup>165</sup> [www.epn.dk](http://www.epn.dk)

<sup>166</sup> [www.cphpost.dk](http://www.cphpost.dk)

<sup>167</sup> [www.politiken.dk](http://www.politiken.dk)

ражът на „Политикен“ е около 103 хил. екз (неделната версия достига до 128 хил. екз), като има и своя международна версия – „**Политикен уикли**“ („**Politiken Weekly**“, „Седмична Политика“). **Вестникът е собственост на една от най-големите** датски медийни компании „ЮП/Политикенс Хус“ („**JP/Politikens Hus**“). Тя стои и зад друг популярен датски вестник – „Екстра бладет“.

„**Екстра Бладет**“<sup>168</sup> („**Ekstra Bladet**“, „Екстра вестник“) е таблоид, основан през 1904 г. Политически се определя като социално-либерален, но съдържанието е ориентирано към забавни, сензационни новини, социални и политически скандали. Популярен е с това, че на деветата страница има рубрика, в която се публикуват снимки на голи жени („**Side 9 Pigen**“), подобно на британския таблоид „Сън“ и неговата „Момичето на трета страница“ („**Page Three girls**“). Вестникът е четвърти по тираж в страната с над 86 хил. екз. и е най-продаваният таблоид.

Най-голяма датска медийна компания „**Берлинске Офисин**“ („**Berlingske Officin**“) също стои зад някои най-популярните датски издания. Компанията е създадена в началото на 20 век в Копенхаген като семейната издателска компания „Берлинске хус“ с цел да издава три вестника – сутрешния „Берлинске тиденде“, обедния „Бе.Те.“ и вечерния „Берлинске афтनावис“ (сега „Викендависен“). През 2000 г. компанията е интегрирана в друга медийна организация „Оркла медия“ („**Orkla Media**“), собственост на норвежкия индустриален конгломерат „Оркла груп“ („**Orkla Group**“). През 2006 г. и двете компании са купени от британската медийна инвестиционна група „Меком“ („**Mecom**“) и датската компания получава името „**Берлинске медия**“<sup>169</sup> („**Berlingske Media**“).

Водещо заглавие на компанията е вестник „**Берлинске**“<sup>170</sup> („**Berlingske**“, „Време“), който е основан през 1749 г. от Ернст Хенрих Берлинг под името „Кьобенхавнске Денске Пост-Тидендер“ („**Kjøbenhavnske Danske Post-Tidender**“, „Датски пощенски времена от Копенхаген“). Името се променя няколко пъти, като дълго време вестникът е познат като „**Берлинске Тиденде**“ („**Berlingske Tidende**“, „Времето на Берлинг“). „Берлинске“ се приема за един от най-старите вестници в света и най-старият все още излизащ датски всекидневник. Тиражът му го нарежда като трети по читаемост в страната с 103 хил. екз. Вестникът излиза в компактен формат и е сред качествените издания – както

<sup>168</sup> [www.ekstrabladet.dk](http://www.ekstrabladet.dk)

<sup>169</sup> [www.berlingskeofficin.dk/](http://www.berlingskeofficin.dk/)

<sup>170</sup> [www.b.dk/](http://www.b.dk/)

като съдържание, така и като журналистически стил. Носител е на редица журналистически награди, особено за фотожурналистика.

Друго издание на „Берлинске медия“ е седмичникът **„Викендависен“**<sup>171</sup> (**„Weekendavisen“**, „Вестник за почивните дни“), основан през 1971 г. под името „Берлинске Афтнавис“ (**„Berlingske Aftenavis“**, „Сутрешен вестник на Берлинг“) като в началото е бил сутрешната версия на в. „Берлинске Тиденде“. По това време пощенските служби на Дания разнасят пощата два пъти на ден – сутрин и вечер, поради което някои вестници излизат с два варианта. След като вечерните доставки са прекратени вестникът започва да се публикува всеки петък под днешното си заглавие. Тиражът му е около 60 хил. екз., а съдържанието е много разнообразно – от социални и политически проблеми до култура.

В. **„Информашон“**<sup>172</sup> (**„Information“**, „Информация“) също е собственост на „Берлинске Медия“. Създаден е през Втората световна война като нелегално издание на съпротивата, като започва да излиза редовно след 1945 г. Приема се за политически независим, въпреки лявата си ориентация. Той е най-младият сред датските всекидневници, но е и сред тези с най-малък тираж от около 21 хил. екз. Става световно известен с това, че на 8 септември 2006 г. публикува шест карикатури посветени на Холокоста, нарисувани за организирания от иранското шиитско правителство конкурс.

„Берлинске Медия“ е собственик и на втория по тираж таблоид в страната **„Бе.Те.“**<sup>173</sup> (**„В.Т.“**, „Б.Т.“). Основан е през 1916 г. и се отличава с голямо разнообразие на темите, макар да акцентира върху скандалната им страна.

През последните години в Дания се разразява истинска война между големите медийни компании за водеща позиция на пазара на безплатните вестници. Първи като поява е датската версия на световния безплатен всекидневник **„Метро“** – **„МетроЕкспрес“**<sup>174</sup> (**„MetroXpress“**, „Метро експрес“), собственост на медийната компания „МетроЕкспрес“, дъщерна на шведската компания „Метро Интернешънъл“. Тя издава още един безплатен вестник – **„24тимер“**<sup>175</sup> (**„24timer“**, „24 часа“), навлязал агресивно през 2006 г. Двата вестника имат общо 450 хил. екземпляра тираж. В опит да им се противопостави **„Берлинске Медия“**

---

<sup>171</sup> [www.weekendavisen.dk](http://www.weekendavisen.dk)

<sup>172</sup> [www.information.dk](http://www.information.dk)

<sup>173</sup> [www.bt.dk](http://www.bt.dk)

<sup>174</sup> [www.metroxpress.dk](http://www.metroxpress.dk)

<sup>175</sup> [www.24.dk](http://www.24.dk)

пуска „**Ърбан**“<sup>176</sup> („Urban“, „Градски“), който стартира през 2001 г. и до спирането му през 2012 г. има тираж от близо 200 хил. екз. Същата е съдбата и на „**дейто**“ („dato“, „дата“), който излиза между 2006 и 2007 г. Третият на пазара е независимият „**Нюхедсависен**“ („Nyhedsavisen“, „Новини“), който се публикува между 2006 и 2008 г., с тираж от 500 хил. екземпляра<sup>177</sup>.

## СЪВРЕМЕННИ СПИСАНИЯ

При списанията в Дания също се наблюдава тематично и форматно разнообразие, което е характерно и за останалите европейски държави.

Като интересно списание може да бъде отбелязано „**Факлен**“<sup>178</sup> („Faklen“, „Факел“) – интелектуално издание, чийто теми включват хуманитаристика, философия, съвременна датска политика, образование. Съществува на хартия в периода между 1996 и 2001 г., а сега продължава единствено онлайн. Влиятелно е и „**Илюстререт Виденскейаб**“<sup>179</sup> („Illustreret Videnskab“, „Илюстрирана наука“) – научно – популярно списание, основано през 1984 г., което, освен в Дания, се публикува в Норвегия, Швеция (под името „**Илюстрерт витенскап**“, „Illustrert Vitenskap“<sup>180</sup>), Исландия (под името „**Лифанди висинди**“, „Lifandi Vísindi“<sup>181</sup>) и Финландия (под името „**Тиетен кувалехти**“, „Tieteen Kuvalehti“<sup>182</sup>). Общо тиражът му достига до 350 хил. екз, което го определя като най-голямото скандинавско списание, с теми от областта на природознанието, технологията, медицината и културата. Интересно е и годишното сатирично сп. „**Свикмьолен**“ („Svømmøllen“), основано през 1915 г. от Свен Браш, чието съдържание представя карикатури и хумористични текстове от водещи датски карикатуристи и хумористи.

През последните години водеща позиция на пазара на списания има медийната компания „**Егмонт**“<sup>183</sup> („Egmont“), с капитали в различни държави – освен в скандинавския регион (Дания, Швеция, Нор-

---

<sup>176</sup> [www.urbanavis.dk](http://www.urbanavis.dk)

<sup>177</sup> <http://avisen.dk/>

<sup>178</sup> [www.faklen.dk](http://www.faklen.dk)

<sup>179</sup> [www.illvid.dk](http://www.illvid.dk)

<sup>180</sup> [www.illvet.se](http://www.illvet.se)

<sup>181</sup> [www.visindi.is](http://www.visindi.is)

<sup>182</sup> [www.tieteenkuvalehti.com](http://www.tieteenkuvalehti.com)

<sup>183</sup> [www.egmont.com](http://www.egmont.com)



вегия), оперира и на западноевропейския пазар – Германия, Австрия, Великобритания, Франция, а след отварянето на източноевропейския блок – навлиза и в Русия, България, Румъния, Полша, Чехия, Словакия, Унгария, Естония, Латвия и други. На датския пазар „Егмонт“ издава множество женски и мъжки списания като „АЛТ фор дамерне“<sup>184</sup> („**ALT for damerne**“), „Еуроман“<sup>185</sup> („**Euroman**“, „Европеец“), „Еуроумен“<sup>186</sup> („**Eurowoman**“, „Европейка“), с програмата на радиото и телевизията „Хер&Ну“<sup>187</sup> („**HER&NU**“), за свободното време, здравето и кулинарията като „Йемет“<sup>188</sup> („**Hjemmet**“, „Дом“), „Гастро“<sup>189</sup> („**Gastro**“, „Кулинария“), „Фит ливинг“<sup>190</sup> („**FIT Living**“), за вътрешен интериор като „Рум“<sup>191</sup> („**RUM**“, „Стая“) и „БолигЛив“<sup>192</sup> („**BoligLIV**“) и т.н.

## РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЯ

Силното развитие на електронните медии в последните години е много добре приложено в датската медийна среда. За нея също е характерен дуалистичният модел на европейските радио и телевизия и разделението на обществени и търговски оператори. Датското общество държи на медийната независимост, на толерантността и равнопоставеността в публичното пространство на всички социални групи, на програмното и форматното разнообразие. Високата медийна употреба намира приложение и в областта на електронните медии. Въпреки значимия авторитет на обществения оператор Де Ре и готовността на датските слушатели и зрители да заплащат едни от най-високите лицензионни такси в Европа, наличието на множество частни радио и телевизионни канали гарантира социалната и съдържателната политематичност и е показател за активното поведение на датските медии.

Общественият оператор Де Ер<sup>193</sup> (**DR – Danmarks Radio**, Датско радио) започва своята организирана дейност през 1925 г., като датския еквивалент на Би Би Си (BBC), надграждайки съществуващите до този

---

<sup>184</sup> [www.altfordamerne.dk/](http://www.altfordamerne.dk/)

<sup>185</sup> [www.euroman.dk/](http://www.euroman.dk/)

<sup>186</sup> [www.eurowoman.dk/](http://www.eurowoman.dk/)

<sup>187</sup> [www.herognu.com/](http://www.herognu.com/)

<sup>188</sup> [www.hjemmet.dk/](http://www.hjemmet.dk/)

<sup>189</sup> [www.gastro.dk/](http://www.gastro.dk/)

<sup>190</sup> [www.fitliving.dk/](http://www.fitliving.dk/)

<sup>191</sup> [www.rumid.dk/](http://www.rumid.dk/)

<sup>192</sup> [www.boligliv.dk/](http://www.boligliv.dk/)

<sup>193</sup> [www.dr.dk](http://www.dr.dk)

момент предавания на радиолюбителите. Първоначално се финансира единствено от такси, но след навлизането на частните радио и телевизия – и от реклама. Първоначално има два национални радиоканала – първият **P1** е новинарски – представя подробни и качествени новини, репортажи, дискусии, дебати по важни политически и социални проблеми, сериозна музика и висока публицистика, вторият **P2** предлага музикални и културни предавания – класическа, оперна, джаз музика, както и радиотеатър. Стартирането на третия радиоканал **P3**, който съдържа популярни предавания и музика, кратки новини и спортни предавания, е наложено от направените първи нелегални опити в областта на частното радиоразпръскване, които се правят през 1959 г., чрез дейността на Радио Меркур (**Radio Merkur**). То излъчва своите емисии от кораб, разположен в международните води между Дания и Швеция и се радва на медийна популярност, благодарение на популярната музика и радиоанимацията, които предлага.

Де Ер има и няколко регионални радиоканала, които се появяват между 1972 и 1974 г. и които оперират под общото име **P4** и чиято програма съдържа популярна музика, национални и местни новини, подробна пътна информация.

Де Ер разполага и с о цифровите радиоканали, които предлагат по-голямо тематично разнообразие, като например **Де Ер онлайн (DR Oline)** – предавания и музика за деца на възраст между 3 и 6 години, **Де Ер Баракуда (DR Barracuda)** – детски предавания за деца на възраст между 7 и 13 години, **Де Ер Гюлдне Геньор (DR Gyldne Genhør)**, известно е и като „радио – назад във времето“): драматични и комедийни предавания и популярна музика от архивите на националното радио, **Де Ер Джаз (DR Jazz)**, **Де Ер Класик (DR Klassisk)**, **Де Ер Култур (DR Kultur)**, **Де Ер Литератур (DR Litteratur)**, **Де Ер Политик (DR Politik)** – предаване на живо на парламентарните сесии, **Де Ер Рок (DR Rock)**, **Де Ер Софт (DR Soft)**, **Де Ер Спорт (DR Sport)**.

Въпреки това националният обществен монопол продължава чак до 1997 г., когато официална лицензия за излъчване получава комерсиалното **Радио 2 (Radio 2)**, а през 2003 г. такава взема и **Скай радио (Sky radio)**. То обаче прекратява дейност през 2005 г., а година след това каналът е откупен от медийната компания **Ти Ви 2 (TV 2)** и продължава ефирната си дейност под името **Ти Ви 2 Радио (TV 2 Radio)**. Националният радиоефир се допълва и от програмата на частното **Радио 100 Еф Ем (Radio 100 FM)**, което излъчва от 2006 г.

Телевизионният оператор **Де Ер Ти Ви (DR TV)** има два канала – **Де Ер 1 (DR1)**, който е основан през 1951 г. и **Де Ер 2 (DR2)**, който

започва да излъчва от 1996 г., предаван единствено чрез сателит и по кабелен път. В ранните си години на съществуване Де Ер 2 е известен като „тайния канал“, защото има проблеми с националното му разпространение и не е приеман във всички райони на Дания. В момента е един от най-гледаните, като в определени моменти има по-висок рейтинг от основния си конкурент – частната телевизия **Ти Ви 3 (TV 3)**. Освен това се създава специализирана телевизионна програма и за цифровите телевизионни канали – новинарския **Де Ер Ъпдейт (DR Update)**, детския **Де Ер Рамашанг (DR Ramasjang)**, културния **Де Ер К (DR K)**.

Общественият телевизионен монопол е променен през 1981 г., когато в Копенхаген е разрешена дейността на две местни телевизии **Канал 2 (Canal 2)** и **Викенд Ти Ви (Weekend TV)**, които бързо печелят популярност и извън града (поради техническата възможност за по-широко разпространение) и поради тяхната разнообразна програма, наситена с филми, сериали и шоупрограми.

С един от най-високите рейтинги сред датските зрители се ползва телевизионният канал **Ти Ви 2<sup>194</sup> (TV 2)**, който е създаден през 1988 г. и в който основен акционер е датското правителство. Въпреки това телевизията е независима и пазарно ориентирана, основно се финансира от реклами и в малка степен от лицензионни такси.

Телевизията има 8 регионални програми, които излъчват в различни райони на страната. Освен това има още младежкия **Ти Ви 2 Зулу (TV 2 Zulu)**, публицистичния **Ти Ви 2 Чарли (TV 2 Charlie)**, платения онлайн канал **Ти Ви 2 Спутник (TV 2 Sputnik)**, филмовия **Ти Ви 2 Филм (TV 2 Film)** и информационния **Ти Ви 2 Нюз (TV 2 News)**.

Частният телевизионен пазар е доминира от **Ти Ви 3<sup>195</sup> (TV3)**, собственост на медийната компания „**Модърн таймс Груп**“<sup>196</sup> („**Modern Times Group**“), от техния втори канал **Ти Ви 3+ (TV3+)** и **Ти Ви Денмарк (TvDanmark)** – мрежа от 8 локални станции, собственост на медийната компания „Ес Би Ес“, „SBS“. Ти Ви 3 излъчва своята програма от Лондон, затова, технически погледано, е чуждестранен канал. Популярността му обаче е много голяма – около 65% от домакинствата гледат канала, както ефирно, така и чрез кабел, Ти Ви Денмарк може да бъде приеман единствено чрез кабел или сателит и покрива близо 75% от домакинствата.

Първият канал **Ти Ви 3** започва излъчване в края на 1987 г., разчупвайки монополите на обществените оператори в целия скандинав-

---

<sup>194</sup> <http://tv2.dk>

<sup>195</sup> <http://tv3.dk/>

<sup>196</sup> [www.mtg.se](http://www.mtg.se)

ски регион. Ти Ви 3 притежава още 6 отделни канала в скандинавския регион и прибалтийските републики, всеки от които произвежда собствена продукция на местния език. Всички канали излъчват своите програми от Лондон.

Компанията „Модърн таймс груп“ е създадена като обединение на телевизионната компания „Виасат“ („Viasat“), която притежава лицензите за телевизионните канали **Ти Ви 3** в цяла Скандинавия и Прибалтика, както и за **Виасат Спорт (Viasat Sport)** и **Ти Ви 1000 (TV 1000)**, на инвестиционната компания „Киневик“ („Kinnevik“) и на международната прескомпания „Метро интернешънъл“, която стои зад водещата на пазара на безплатни вестници медийна марка „Метро“. В последните години „Модърн таймс груп“ се отвори към източноевропейския медиен пазар, като закупи собственост в Унгария, Словения и България.

## ИНФОРМАЦИОННА АГЕНЦИЯ

Медийните формати в Дания се допълват и от информационната агенция „Рицаус Бюро“<sup>197</sup> („Ritzaus Bureau“), която е създадена през 1866 г. от Ерик Николай Рицаус и която има водеща позиция сред скандинавските държави.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Датските медии имат важно място сред другите европейски медии, поради своята обществена значимост, качество на предлаганата продукция, тематично и форматно разнообразие. Подобно и на другите скандинавски медии, те се стремят да предоставят съществена като количество и авторитетна като качество информация, да балансират между позициите на отделните социални групи, но и да запазят социалното значение на публичните медии сред нарастващата пазарна ориентация на целия европейски медиен пазар.

### Литература

- Ангелова, В. Съвременното радио. Модели на развитие, С., 2007.  
Дейвис, Н. Европа. История, 2005, Абагар Велико Търново.  
Енциклопедия Larousse. Тема медии, С., 2000, ICON.

---

<sup>197</sup> www.ritzau.dk

- Финзайзен, Й.-П. Дания. От наченките до наши дни, С. 2007, Рива.
- Варганова, Е.Л. Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран северной Европы между государственными рыночным регулирование, М., 1997, Изд-во МГУ.
- История печати, Том I., М., 2001, Аспект Пресс.
- Михайлов, С.А. Журналистика стран Северной Европы, 2003, Изд-во Михайлова В.А.
- Козлова, М.М. История журналистики зарубежных стран, 1999, Ульяновск, М-во общего и профессионального образования Российской Федерации, Ульяновский государственный технический университет.
- Михайлов, С.А. Журналистика стран Северной Европы, 2003, Изд-во Михайлова В.А.
- Andersen, J. G., J. Hoff, *Democracy and Citizenship in Scandinavia*, 2001, Palgrave.
- Green-Pedersen, C. *The Politics of Justification. Party Competition and Welfare-State Retrenchment in Denmark and the Netherlands from 1982 to 1998*, 2002, Amsterdam University Press.
- Hilson, M. *The Nordic Model. Scandinavia since 1945*, 2008, Reaktion Books Ltd.
- Kelly, M., G. Mazzoleni, D. McQuail. *The Media in Europe*. London, 2004, SAGE.
- The Cambridge History of Scandinavia*, 2008, Cambridge University Press.
- Willams, K. *European media studies*, 2005, Hodder Arnold.

## 5: ИСПАНИЯ

*Мария Попова*

### ПЪРВИ ИЗДАНИЯ

Първите опити в областта на печата в Испания възникват в края на 15 век в резултат на дейността първоначално на немски, а след това и на испански печатари. Книгите са предимно с религиозно съдържание, но включват и описания на пътешествия. Излизат както на испански, така и на латински език. Следвайки европейската традиция, освен книги, се появяват и брошури и хвърчащи листове с новини (от лат. „релации“ – съобщения, доклади), чието съдържанието е насочено предимно към аристокрацията и богатата буржоазия. Като цяло те представят едно значимо събитие, което определя и заглавието на изданието – първоначално най-често това са политически и военни събития, а по-късно и икономически. Обемът на хвърчащите листове се движи между 4 и 9 страници, жанрово се налагат хрониките и кратките новини. Тези издания нямат периодична повтаряемост, но могат да включват илюстрации. Сред популярните заглавия са „Охас волантес“ („*Hojas volantes*“, „Хвърчащи листове“), „Ависос“ („*Avisos*“, „Известия“), „Охас де нотисиас“ („*Hojas de noticias*“, „Листове с новини“), „Картас нуевас“ („*Cartas nuevas*“, „Нови писма“), „Релационес“ („*Relaciones*“, „Съобщения“).

Върху цялостното развитие на печатарството в Испания по това време оказват влияние три значими събития – обединението на полуострова от католическите крале Фердинанд Арагонски (1452-1516) и Исабела Кастилска (1451-1504), завземането на Гранада и откриването на Америка от Христофор Колумб.

Успешният брак между Фердинанд II и Исабела през 1469 г. полага основите на кралския и католическия съюз както между двете най-силни кралства на Иберийския полуостров Арагон и Кастилия, така и между по-малките кралства. Първият им значим политически и военен акт е превземането на последната крепост на маврите Гранада през 1492 г. след 11-годишна обсада. Това, както и откриването на Америка, поставя началото на Испанската империя – една от първите модерни империи в света, която обхваща големи територии както в Испания и Португалия, така и в Америка, Източна Азия и Филипините.

Върху новата империя е наложен кралският абсолютизъм и се оформя ролята на Светата Инквизиция на католическата църква, особено при прогонването на евреите и мюсюлманите от страната. Печатът също е подложен на предварителна цензура, която се отнася до всички ръкописни творби и е спрямо всички създатели и разпространители на печатни произведения – собственици на печатници, книжари, автори. Тази цензура продължава чак до 1808 г., като през този период са приемани различни актове, които потвърждават цензурното положение – от католическите крале, от Инквизицията, а по-късно даже е създаден и съвет, който трябва да издава лицензии за отпечатването на книги. Въпреки това Фердинанд и Исабела се опитват да съдействат върху формирането на нова средна класа в страната, а периодът на тяхното управление се определя като културен разцвет за Испания – развиват се литературата, изкуството, философията.

Всички тези събития намират отражение в съдържанието на хвърчащите листове с новини, много от тях са посветени на пътешествията и героичните постъпки на кралското семейство.

Управлението на Фердинанд и Исабела е наследено през 1516 г. от техния внук Карлос I, който три години по-късно е провъзгласен за император и под името Карл V (1500-1558) става владетел на Свещената Римска империя, в която влизат германските и австрийските територии на Хабсбургската династия, части от днешните Нидерландия, Испания, Италия и американските колонии. Неговото управление и това на наследниците му (Филип II Испански, Филип III, Филип IV и Карлос II) е доминирано от непрекъснати войни с Франция, Нидерландия, Англия и Османската империя, които завършват с икономическо и военно поражение за империята и загуба на голяма част от приходите от новооткритите американски колонии.

Филип II (1556-1598) се оказва достоен наследник на абсолютизма на Карл V като издига авторитета на католическата църква, премахва феодализма, централизира бюрокрацията, подпомага образованието, строи нови пътища. Но космополитизмът при управлението на Карл V е заменен от религиозен догматизъм, чрез който Инквизицията прекъсва всякакво социално, научно, технологично и културно развитие на все по-изоставащата от останалата част на Европа Испания. Налага се и моделът на централизирано политическо и религиозно управление на различните части на империята – териториите на днешните Испания и Португалия, Нидерландия, Италия, американските колонии, Индиите и азиатските владения.



Филип III (1578-1621) се опитва да търси мирни връзки с околните държави. По тази причина е постигнато решение за предоставянето на суверенитет на Нидерландия, която, от своя страна, става търговски активна в контактите си с Англия.

По време на управлението на Филип IV (1621-1665) страната е подложена на последователни войни с Франция и Швеция, налагане на ембарго върху търговията с Нидерландия, както и започналата Португалската война за независимост, която окончателно приключва през 1668 г. с отделянето на Португалия и на нейната колония Бразилия.

Постепенно властта на кралете от династията на Хабсбургите дава на мадридската бюрокрация по-голяма свобода, появяват се нови университети, признати са някои данъчни, военни и социални права на различните общности в рамките на испанската държава. Същевременно буржоазията не участва активно в публичния живот, което е резултат от наложената в обществото представа за значението на аристокрацията – натрупаните богатства буржоазията насочва към закупуването на земи и получаването на благороднически титли, излизайки от предишните си позиции в търговията и производството.

Всички тези социални и политически промени правят испанското общество любопитно към нова информация. Затова обемът на хвърчащите листове с новини се увеличава, появява се периодичност на издаването им, разнообразява се тяхното тематично съдържание – освен пътешествия и военни сражения, се описват промените в европейските кралски дворове (сватби на принцове и принцеси, коронация на нови крале, преместването на двора от един град в друг), съобщава се за промените в европейската политика, разказва се за интересни природни явления или религиозни чудеса.

Повечето от тези издания се появяват в Мадрид, който се очертава като център на испанската журналистика и по правило се пишат, отпечатват и разпространяват от един автор. Като интересни имена могат да бъдат споменати Хосе Релисер Осау де Салас и Товар, който създава „**Ависос историкос**“ („**Avisos Historicos**“, „Исторически известия“) в периода между 1639 и 1644 г. и който успява в текстовете си, посветени на кралския двор, вътрешнополитическите и международни събития, на военните и политически кампании, да съчетае ерудиция и общодостъпен език. Друг важен публицист е Херонимо де Барионудо, който издава „Ависос“ в периода между 1654 г. и 1658 г. и който залага на иронията и интересните описания.

Като естествено продължение на тяхната дейност се приема появата през 1661 г. в Мадрид и на първия испански вестник „**Gaceta Нуева**“ („**Gaceta Nueva**“, „Нов вестник“). Той възниква по инициатива на Хуан Хосе Австрийски – един от синовете на крал Филип IV, който заема важни постове в държавната администрация и в армията и който, в ролята си на губернатор на Нидерландия, разбира развитието на европейската политика и култура, както и значението на информацията като политическо оръжие и средство за пропаганда. Вестникът е създаден с цел да популяризира дейността на Хуан Австрийски, особено като главнокомандващ испанската армия по време на войната с Португалия, както и да формира предствата за него като единствения, който може да защити Испания в условия на криза. С ролята на автор на „Гасета Нуева“ се заема Франсиско Фабро Бремундан, който вече е издавал няколко хвърчащи листове с новини, посветени на португалската кампания на Хуан Австрийски. Вестникът има четири страници, собствен отдел за информация, който всяка седмица съобщава за новостите от цяла Испания, който Бремундан получава в качеството си на личен секретар на Хуан Австрийски, както и такива от различните европейски държави, чийто източник са няколкото чужди вестници. Така Бремундан се превръща в първия испански журналист, който започва да пише на политически теми.

---

**Франсиско Фабро Бремундан** (1621-1698) е испански журналист, създател и автор на първия испански вестник „Гасета Нуева“. След като завършва образованието си в Испания, започва работа в Нидерландия и Италия. През 1659 г. става личен секретар на губернатора на Нидерландия Хуан Австрийски, с когото се премества отново в Испания и по негово настояване от 1661 г. започва да издава първоначално месечния, а по-късно и седмичния вестник „Гасета Нуева“. През следващите години създава още няколко вестника като „Ависос ординарис де лас косас дел Норте“ и „Нуевас сингуларес дел норте“, защитава дисертация и публикува различни книги, посветени на Хуан Австрийски. Бремундан е изключително ценен от съвременниците си за важната обществена роля, която играе.

---

Въпреки това положението на пресата в Испания не е добро – управляващите и църквата налагат строга цензура, преследват се неудобните издания, повечето от тях имат по-скоро обслужваща роля спрямо властта и нямат нито национално значение, нито възможност за разпространение из цялата страна, наблюдава се доминиране на мадридските централни вестници спрямо регионалните, които са с малък тираж и предлагат информация от предимно местен характер.

Всичко това се отнася и до в. „Гасета нуева“, чийто първи броеве носят имената „Вестник или съобщение за политическите и военни събития, имащи място в по-голямата част от света до края на 1660 г.“, „Вестник за главните политически и военни събития в света до януари 1661 г.“, „Нов вестник, посветен както на частните, така и на политическите и военните дела, имащи място на територията на Европа, започващи от февруари и завършващи в края на 1661 г.“

След като Хуан Австрийски слиза от политическата сцена, влиянието на „Гасета“ намалява, но някои печатари от провинциалните градове като Сарагоса, Валенсия, Малага и дори от Мексико започва да преиздават вестника и даже да добавят местни новини.

През 1663 г. покрай нарастващата отново популярност на Хуан Австрийски започва нов етап от съществуването на „Гасета нуева“, който до 1677 г. излиза вече под името „Гасета ordinaria де Мадрид“ („**Gaceta ordinaria de Madrid**“, „Мадридски всекидневник“). Това е почти изцяло външнополитическо издание, чийто новини са препечатвани от различни френски, английски, италиански, австрийски и шведски вестници.

През това време Фабро Бремундан издава още един вестник „Ависос ordinariaс де лас косас дел Норте“ („**Avisos ordinarias de las cosas del norte**“, „Съобщения за събитията от севера“), който излиза в град Сарагоса и чиято цел е защита на испанските интереси в Европа и противопоставяне на Англия и Швеция, а също и на френския вестник „Газет дьо Пари“ („**Gazette de Paris**“, „Парижки вестник“). Испанският вестник се отличава със своя пропаганден характер, с добрата си критика и умела ирония, които се превръщат в отличителни черти на испанската журналистика през следващите години. По-късно Бремундан се заема с публикуването и на в. „Нуевас сингуларес дел норте“ („**Nuevas singulares del norte**“, „Нови съобщения от север“), който е посветен на испанската война с Османската империя.

През 1677 г. Хуан Австрийски е назначен за министър-председател на крал Карлос II (1661-1700) и „Гасета ordinaria де Мадрид“ започва да получава и кралска субсидия, което ѝ създава монополно положение както спрямо другите вестници, така и спрямо достъпа до важната социална информация. Първоначално вестникът излиза на 4 номерирани страници, без указания на типографията, но от 1678 г. започва да се отпечатва от личния печатар на краля. От гледна точка на съдържанието „Гасета ordinaria де Мадрид“ се състои от две части. В първата се представят международните новини, за чиято информация се използ-

ват чуждестранните издания, а втората е посветена на национални събития, като основен акцент е поставен върху кралския двор – списък с всички събития от живота на Карлос II, портрети на неговите фаворити, информация за държавни погребения, назначаването на свещеници и военни, на религиозни празници и церемонии, описание на големи испански градове.

Сред испанското общество вестникът има голяма популярност, което се дължи най-вече на официозното му положение. Това води до постепенното увеличаване на броя на страниците, както и на чуждестранните кореспонденти, появяват се извънредни и допълнителни тиражи.

В периода между 1680 г. и 1683 г. „Гасета ординария де Мадрид“ спира да излиза и в страната се наблюдава известно „медийно“ затишие, свързано със смъртта на министър-председателя Хуан Австрийски, връщането в двора на кралицата-майка Мариана Австрийска и последвалото преследване на Фабро Бремундан.

Отпечатването на вестника е възобновено към края на 1683 г., което съвпада със своеобразния възход на испанския печат – появяват се нови издания, на чийто страници се публикуват новини, посветени на значимите европейски събития от областта на политиката, културата и социалния живот, представят се официални документи, развива се политическа критика.

След смъртта на Фабро Бремундан през 1689 г. Карлос II дава правото за издаване на „Гасета ординария де Мадрид“ на Хуан де лас Ебас, който обаче не оказва съществено влияние върху качеството на вестника. Едва след 1696 г., когато отпечатването му е откупено от Хуан де Гойенече Ospital, вестникът търпи сериозно развитие. Първоначално е сменено името му на „Гасета де Мадрид“ („Gaceta de Madrid“, „Мадридски вестник“), фиксирана е периодичността на издаването му през седмица, увеличават се тиражът, броят на работещите в него журналисти, както и финансовата му стабилност. А през 1837 г. със специален кралски указ даже е обявен за официален орган на правителството.

През 1702 г., след смъртта на Карлос II, който не оставя свой наследник, започва над десетгодишната война за испанското наследство, в която, от една страна участват Франция и Бавария, а от друга – Англия, Нидерландия, Австрия и Португалия. Войната завършва през 1713 г. с подписването на Утрехтския мирен договор и с провъзгласяването на Филип V (1683-1746), внук на френския крал Луи XIV, за испански крал и идването на испанския престол на династията на Бурбоните.

По това време Испания е в тежко финансово, икономическо и демографско положение, загубила е своето значимо международно политическо и икономическо влияние. В държавата се оформят две водещи области – Кастилия, в която най-силно се усеща кризата и Каталония, която оказва сериозна съпротива на кралското управление. Последвалите въстания едва не водят до разпада на държавата. Каталония обаче, която залага на конфедеративния модел, наследен от Хабсбургите и на икономическото развитие, остава част от Испания, въпреки че Филип V налага френския модел на национално обединение, кралски абсолютизъм и силно френско културно влияние.

Синът на Филип V Карлос III (1761-1788) поема властта през 1765 г. и идва с желанието за реформа на политическата и социална сфера с цел укрепване на управлението. По това време в Испания се налага период на стабилност, социални и политически промени, икономически растеж, на парадоксален съюз между бюрокрацията, кралската власт и интелигенцията, която носи идеите на Просвещението, на икономическо и културно развитие (строят се нови пътища, прокарват се канали, основават се Кралската академия за езици и литература и Кралската академия по история).

Основната социална атака е насочена срещу църквата, от която вече не се търси политическо сътрудничество, а подчинение пред кралската власт и която е призвана да носи вината за предишната икономическа и социална изостаналост на страната. Въпреки доминиращата в цяла Европа философия на Просвещението, която определя разума и свободата като основни принципи, призивите за политическа промяна и отслабване на абсолютистката власт са предлагани на обществото значително по-предпазливо, отколкото в съседна Франция. Успоредно правителството се стреми да подобри промишлеността и търговията, като здрава основа за икономическо развитие и за подобряване на връзките с останалите европейски държави.

Буржоазията обаче има относително слабо влияние, а носител на прогресивните и социално – ориентирани идеи става просветената аристокрация. Това формира и модела на цялата испанска преса – тя е малотиражна, нейните новини не достигат до широка аудитория, основните ѝ читатели са от средите на политическия, икономическия, военен и културен елит, на буржоазията и аристокрацията. Тематичното съдържание на вестниците е посветено на политиката, религията, икономиката, културата, а за новите владетели с френски предци пресата е средство за културен и социален просперитет и модернизация на държавата.

Развитието на испанската преса през 18 век също може да бъде разгледана през няколко периода.

Първият период обхваща началната една трета на века, когато в страната все още има малко печатници, макар и в големите градове да се публикуват доста заглавия. Постепенната централизация води до превес на мадридските издания над тези от провинцията, а официозният вестник „Гасета де Мадрид“ е задължително четиво за всички кръгове – от аристокрацията и интелигенцията, до чиновниците не само от Испания, но и от американските колонии. Това е и времето, през което освен икономически и политически издания, започват да излизат и научните като например в. „Ефемеридес Барометрико – Медикас Матритенсес“ („*Ephemerides Barometrico-Medicas Matritenses*“, „Мадридски барометрично– медицински всекидневник“), който е създаден през 1734 г. от Кралското медицинско общество и който се приема за най-старото научно испанско издание.

Вторият период е между 1737 и 1750 г., и е белязан от консолидация на испанската преса, а неговият най-авторитетен пример е литературният в. „Ел диарио де лос литератос де Еспаня“ („*El Diario de los Literatos de España*“, „Вестник на литераторите на Испания“), който през следващите години има около 20 последователи. Вестникът има значителните обем от 400 страници и тираж от 1000-1500 екземпляра, което го прави търговски нерентабилен и финансово зависим от своите популярни меценати. Автори в изданието са различни интелектуалци, които си поставят за цел да запознаят испанското общество с последните новини от областта на изкуството, науката и литературата, както и да обединят испанската с европейската култура, с което да спомогнат за цялостното модернизирание на страната. Въпреки литературното заглавие на вестника, повечето му страници са посветени на доста разнообразни теми, свързани с религията и теологията, с философията, историята, географията, правото, филологията, художествената и литературна критика, техниката, математиката и т.н. Сред по-известните му автори са Мартинес де Салафранка, Леополдо Херонимо Пуиг и Франсиско Хавиер де ла Уерта-и-Вега, а сред интересните битки, които изданието води е тази с авторите, принадлежащи към традицията на барока, който журналистите на „Ел Диарио де лос Литератос де Еспаня“ приемат за „национален дефект“. По финансови причините вестникът спира своето съществуване през 1742 г.

Третият период от развитието на испанската преса от 18 век обхваща годините между 1750 и 1770 г., когато вестниците достигат своето



по-значимо медийно влияние чрез постепенната тематична специализация. През това време се появява интересният в. „Ел Пенсатор“ („**El Pensador**“, „Мислителят“), който излиза между 1762 г. и 1766 г. Изданието е създадено по подобие на английското списание „Спектейтър“ („**Spectator**“, „Наблюдател“) на „седмичните хронисти“ Джоузеф Адисън и Ричард Стийл и даже препубликува някои негови текстове, както и преразказва от свое име на определени дискусии или светски събития. Вестникът следва традицията на „моралните списания“, има 30 страници и се подкрепя от краля и кралския двор. Основните му теми са насочени към размисли за мъжете и жените, за науката и театъра. Негов издател и автор е Хосе де Клавийо Фахардо.

Четвъртият период обхваща годините между 1770 и 1791 г., когато първоначалното затишие в печата е последвано от ново развитие. Интересен пример е седмичният в. „Ел Сенсор“ („**El Censor**“, „Цензорът“), който излиза в Мадрид между 1781 и 1787 г. с издател Луис Кайьоело и който също следва модела на „моралните списания“ и „Спектейтър“, както и примера на „Ел Пенсатор“. В много отношения вестникът се приема като прокламатор на по-революционни разбирания, които очакват от монархията да се вслушва в гласа на интелектуалците, а те, от своя страна, искат да бъдат използвани някои политически и граждански достижения на републиканизма, на възприемането на личната и обществена свобода като основна ценност, за защита на личната собственост и сигурността на личността срещу произвола и завишените привилегии на всяко едно управление.

Петият период, който е последен, е след 1792 до края на века, когато избухналата Велика френска революция води до активна правителствена цензура и приемането на закони, които забраняват издаването на други вестници, с изключение на официалните мадридски „Ел Меркурио историко и политико“ („**El Mercurio Histórico y Político**“, „Исторически и политически вестник“) и „Ел Диарио де Мадрид“ („**El Diario de Madrid**“, „Мадридски вестник“) и на барселонския „Диарио де Барселона“.

„Ел Меркурио историко и политико“ е интересен вестник, създаден през 1737 г. от свързания с висшата аристокрация Салватор Хосе Манер и с финансовата помощ на краля. През 1784 г. вестникът променя името си на „Ел Меркурио де Еспания“ („**El Mercurio de España**“, „Испански Меркурий“), но общо излиза в продължение на 100 години. В началото новините във вестника са доминирани от международната тема, едва по-късно навлизат информацията за живота на испанския



кралски двор и за събитията в провинцията, за политическата ситуация в страната, за икономиката, военното положение, произведенията на културата и изкуството, както и коментари по различни теми, некролози, реклами и приложения. „Меркурио де Еспаня“ излиза веднъж месечно в обем от 120 страници и постоянната му аудитория е от средите на чиновниците и духовенството.

Един от най-известните журналисти от този период е Франсиско Нипо, който лично редактира над 10 вестника и се явява автор на над 20 хиляди вестникарски страници.

---

**Франсиско Мануел Мариано Себастиан и Кахигал Нипо** (1719-1803) е приеман за основател на съвременната испанска журналистика и за първия професионален журналист. Създател е на редица вестници, в част от които пише под псевдоним и с подчертан интерес към социалната и най-вече икономическата тематика, към религията, културата и политиката. Сред най-популярните му вестници са „Диарио Нотисиосо“, „Куриосо-Ерудито“ („Curioso-Erudito“, „Забавно и поучително“) и „Комерсиал Публико и Економико“ („Comercial Público y Económico“, Обществена търговия и икономика“). В края на живота си, поради лошото си финансово положение, приема ролята на цензор.

---

Основният му вестник „**Диарио Нотисиосо**“ („**Diario Noticioso**“, „Вестник с новини“) е създаден през 1758 г. и има относително дълго съществуване – до 1918 г. Влиянието на Нипо върху испанската журналистика е наистина голямо – като икономически журналист съдейства за развитие на икономическите реформи в страната, опитва се да направи журналистическите си текстове интересни и полезни за своите читатели, да води диалог с тях. Въпреки че Нипо приема журналистиката като трудна, тягостна и недоходоносна дейност, той смята, че тя има големи съзидателни функции, **че нейната истинската задача е да „образова и поучава“**, да защитава морала и да развива културата. **Според него журналистът** е отговорен за това, което пише на страниците на вестниците. Нипо е сред новаторите в испанската журналистика – той е сред първите, които започват да издават всекидници, да подписва написаните от него текстове, да диалогизира със своите читатели, както и да публикува рекламни съобщения.

Успехът на Нипо като журналист се дължи както на персоналните му качества, така и на положението в страната – нараства интересът към икономическите и социалните новини, породен от извършваните в държавата реформи. През 18 век икономическа преса в Испания включва както специализирани вестници, така и листове с новини, вестници

с реклами и обяви, информационни издания за търговци и производители, критически и научни издания. Сред популярните теми са тези за селското стопанство, промишлеността, търговията. Върху испанската икономическа периодика голямо влияние оказват и някои от водещите английски и френски вестници като „Пъблик Адвъртайзър“, „Дейли Кърънт“, „Дейли Адвъртайзър“, „Журнал де Комерс“, „Газет де Комерс“ и други.

По това време централизираният характер на испанската преса продължава да е доминиращ. Провинциалните вестници имитират мадридските, а причините за това са свързани с водената от управляващите политика на централизирано развитие на културата и обществото, за сметка на периферията, информационната доминация на водещите издания „Ел Меркурио де Еспаня“ и „Гасета де Мадрид“. А също с лесните възможности за проникване на чуждестранни издания в отделни периферни зони, нежеланието на читателите да поддържат финансово регионалните вестници, трудностите с получаване на лицензии от местните управници, ориентирането на интелектуалците към Мадрид и най-вече на не добрата транспортна мрежа на много от испанските провинции. Сред по-качествените провинциални издания са „Диарио Пинсиано“ („**Diario Pinciano**“, „Всекидневник на Валядолид“) във Валядолид и „Диарио де Барселона“ („**Diario de Barcelona**“, „Всекидневник на Барселона“) в Барселона.

„Диарио де Барселона“ е основан през 1792 г. от Педро Пабло Усон, който в уводната си статия обръща внимание на значението, което имат вестниците за развитието на културата. Въпреки че признава първенството на Мадрид, все пак държи на това, че Барселона също трябва да има свой вестник: „Барселона, която крие в лоното си толкова любители на литературата, Барселона, която не може да отрича славата на Мадрид в промишлеността и изкуствата, Барселона – крупният център на процъфтяваща търговия, Барселона – главният населен пункт на провинцията.“

Първоначално „Диарио де Барселона“ има 4 страници и се състои от две части – в първата са поместени текстове свързани с историята, физиката, ботаниката, химията, медицината, хирургията, математиката, астрономията, географията, а втората, с общото название „Специални новини от Барселона“, обхваща раздели като „Работа за духовни лица“, „Книги“, „Продажби“, „Аукцион“, „Загуби“, „Находки“, „Театър“ и др. Подобно на Нипо, Усон също се опитва да поддържа пряк контакт с читателите си.

През 1793 г., след началото на войната с Франция, вестникът активно съобщава за военните действия, а Усон превежда няколко френски статии и коментари, с което бързо популяризира вестника. След окупирането на Каталуния през 1808 г., пред вестника има няколко алтернативи – да си промени името или да смени езика, на който се пише, защото съдържанието му е на каталунски, испански и френски език. Влиянието на Усон върху „Диарио де Барселона“ продължава до 1810 г., когато вестникът е купен от нови собственици.

Избухването на Великата френска революция през 1789 г. води до значима промяна на положението в Испания. Испанският кралски двор и испанската църква възприемат събитията като опасност за страната, отчитайки техния разрушителен характер и се стремят към защита на установения ред и възраждането на старите елити. Същевременно някои просветени испански кръгове приемат революцията като възможност за промяна на доминиращия френски роялистки модел в испанската политика, както и общо върху европейските политически взаимоотношения. В края на 18 век Испания е в нестабилно политическо положение и в икономическа и финансова криза. В страната периодично избухват бунтове, особено след като испанското правителство се опитва да контролира цените на зърнените култури. Вестниците откликват на общественото недоволство като си позволяват активна критика на правителството и това се отнася както за по-големите вестници като „Ел Корео де Мадрид“, „Ел Сенсор“, „Ел Обсерватор“, така и за все още излизащите листове с новини, брошури, писма и памфлети. Това е и причината като реакция на революционното положение във Франция, в Испания да бъде забранено издаването на всякакви вестници с изключение на официалните „Гасета де Мадрид“, „Ел Меркурио Историко и Политико“ и на най-значимия регионален вестник „Диарио де Барселона“, в които пък е забранено да бъдат отпечатвани новини, отнасящи се до положението във Франция. Прекратен е и вносът на издания от френската република, а испанската журналистика е принудена да търси информация от различни холандски, немски, португалски и италиански вестници.

Ситуацията още повече се влошава след гилотинирането на Луи XVI през 1793 г., когато Испания обявява война на Френската република. Въпреки че я губи, по-късно Испания се съюзява с Франция във войната срещу Англия, от която излиза не само победена, след битката на флотите при Трафалгар (през 1805 г.), но и се налага да прекрати своето морско влияние.

Това прави Испания изключително уязвима във външно-политически план, от което се възползва Наполеон Бонапарт. След като през 1804 г. е коронясан за император на Франция от папа Пий VII на пищна церемония, напомняща увенчаването на Карл Велики преди 1000 години, той навлиза с войските си в Испания, като използва за предлог желанието си да окупира Португалия. При последвалия конфликт Наполеон изгонва испанския крал Карлос IV (1748-1819) и неговото семейство от страната, а на трона поставя собствения си брат Жозеф Бонапарт (1768-1844). Другите си братя прави крале на Нидерландия и Вестфалското кралство, а генералите си Бернадот и Мюра съответно крале на Швеция и Неаполитанското кралство. В Испания целта му е да приложи разработената от френските производители програма, според която пиринейското кралство трябва да се използва като източник на суровини за френските фабрики. Планът не успява да бъде приложен на практика, защото на 2 май 1808 г. избухва въстанието на испанските селяни и слага началото на петгодишната испанска война за независимост. Недоволството е предизвикано от съобщенията за жестоките репресии, на които са подложени испанците от френската армия. Потушаването на бунта в Мадрид разтърсва големия испански художник Франсиско Гоя, който освен баталните картини на кланетата, създава серия от литографии под имената „Капричос“ (сред тях е „Сънят на разума ражда чудовища“) и „Ужасите на войната“.

Наполеон Бонапарт и кралят Жозеф се опитват да стабилизират обстановката като започват значими социални реформи, подкрепяни от чиновниците, аристокрацията и църквата.

По това време в страната се наблюдава истински бум на печатното слово, появяват се, но и бързо изчезват множество патриотични вестници. Интересни издания са правителственият „**Диарио официал де Ависос**“ („**Diario oficial de Avisos**“, „Официален вестник за съобщения,“), основан през 1758 г., излизащите в Мадрид – консервативният „**Импарсиал**“ („**Imparcial**“, „Безпристрастен“) и либералните „**Ералдо де Мадрид**“ („**Heraldo de Madrid**“, „Вестителят на Мадрид“) и „**Либерал**“ („**Liberal**“, „Либерал“). И трите вестника са купени от акционерната компания „Сосиедад Едиториал де Еспаня“ („**Sociedad Editorial de Espana**“), но всеки от тях запазва своята политическа линия. От излизащите в Мадрид вестници могат да се споменат още църковно – консервативният „**Епока**“ („**Ероса**“, „Епоха“), правителственият „**Ел Корео**“ („**El Correo**“, „Поща“), „**Ла Демокрасиа**“ („**La Democracia**“, „Демокрация“), „**Кореспондетия де Еспаня**“ („**Correspondencia de España**“, „Съобщение от Испания“).

Войната за независимост приключва през 1815 г., когато Наполеон е разгромен край белгийския град Ватерло от английския пълководец Александър Уесли, херцог на Уелингтън и на испанския престол се възкачва Фернандо VII (1784-1833). Той е консервативен и антилиберален владетел, който възстановява Инквизицията и преследва по-либерално настроените си поданици. След избухването на нова гражданска война, кралят е принуден да започне да спазва приетата през 1812 г. конституция. Според нея Испания е призната за единна държава с обща история и граници, в която всички граждани са равни, наложена е централизирана администрация, общи финанси, национална армия и пазар. Също така конституцията залага преминаването на законодателната власт от ръцете на краля към еднокамерен парламент (т.нар. Кортеси), чийто представители са избирани след сложна непряка избирателна процедура и след доказването на задължителен имуществен ценз. Приети са данъчни реформи (отменени са десетъците и е установен фискален монопол на държавата), променени са наследствените права, провъзгласена е свобода на словото, либерализирано е трудовото наемане.

Началото на 19 век е белязано и от Войната за независимост на испанските колонии в Америка (1810-1826), чийто причини са свързани с дискриминацията, масовите арести, високите данъци и лошите условия за икономическо развитие на американските колонии на Испания, както и с примера, които създават избухналите преди това Велика френска революция и Война за независимост на САЩ. В резултат е обявена независимостта на почти всички испански колонии в Америка като Мексико, Венецуела, Перу, Чили, Боливия, Аржентина (изключение са само Куба и Пуерто Рико), а краят на Испанската империя предизвиква национална катастрофа в Испания.

Смъртта на Фернандо VII през 1833 г. слага началото на Първата карлистка война (1834 – 1839). Причините за нея са породени от претенциите към трона на наследниците на Фернандо VII – брат му Дон Карлос и дъщеря му Исабела, както от подкрепящите ги политически групи – консервативните сили и либералите. На този етап социалното положение в страната е доминирано от национално осъзнатото единство, либералните идеи, културното, политическо и социално обединение, общите права и задължения на цялото испанско общество. Появяват се нови издания и се развива медийното разнообразие. Освен официалните вестници, съществуват органи на различните партии и патриотични общества, публикуват се отраслови и специализирани издания, алманаси, календари, с особено значение са сатиричните вестници, както и

такива, които излизат на местни диалекти и чужди езици. Наблюдава се промяна и в жанрово отношение – вестниците използват по-леките жанрове (хроника, репортаж, интервю), навлиза алегорията, политическите анализи. При оформлението се отдава предпочитание на рисунките и карикатурите.

Испанският печат се оказва основното средство за политическо влияние и национална консолидация, а статиите в различните политически вестници засенчват политическите и парламентарни речи, привличат общественото внимание и се противопоставят на произвола на някои държавници и даже министри. Появилите се патриотични дружества, около които по-късно се оформят политическите партии, използват по-либералния режим в страната и дадената свобода на печата, за да защитават конституционния ред чрез средствата на журналистиката. Тяхното влияние е допълнено от това на кафенетата, които, със своите литературни сбирки, насочват интелектуалците и либерално настроените испанци към политическа и социална активност.

Сред популярните вестници са монархическият и антирелигиозен всекидневник **„Ел Еспектадор“** (**„El Espectador“**, „Наблюдателят“), умерено либералните **„Ел Универсал обсерватор“** (**„El Universal Observator“**, „Универсален наблюдател“), **„Ел Сенсор“**, **„Ел Консерватор“** (**„El Conservator“**, „Консерватор“) и сатиричният **„Ел Суригао“** (**„El Surigao“**), чиито десет хиляди екземпляра предизвикват правителството към по-крайни мерки, но и уличните тълпи – към бунтове и палежи. Възстановяването на абсолютизма изпраца в изгнание в Лондон либералните политици и журналисти, от където те продължават своята политическа и медийна дейност с издаването на вестниците **„Ел Еспаньол конституционал“** (**„El Español Constitucional“**, „Конституционният испанец“), **„Осиос де лос емиградос еспаньолес“** (**„Ocios de los Emigrados Españoles“**, „Развлечения на испанските емигранти“) и **„Вариедадес“** (**„Variedades“**, „Разни новини“).

След либерализиране на политическото положение, в испанската журналистика се налагат имената Еваристо Сан Мигел, Антонио Галиано и Мариано де Лара, Месонеро Романос и Алберто Листа с подкрепения от Фернандо VII чуждестранен в., **„Ла Гасета де Байона“** (**„La Gaceta de Bayona“**, „Вестник на Байона“).

---

**Еваристо Сан Мигел** (цялото му име е Еваристо Фернандес де Сан Мигел и Ваейдор) (1785-1862) е испански военен, политик и историк. Неколкократно е министър на войната и министър на външните работи в различни правителства.



**Мариано Хосе де Лара** (1809-1837) е испански писател, последовател на романтизма. Роден е в Мадрид в семейство на военен лекар от френската армия. Заради подкрепата си към французите, баща му е принуден да напусне Испания заедно със семейството си. След връщането си отново в страната Мариано де Лаура знае повече френски, отколкото испански език и след като не успява да завърши медицина и право, се насочва към журналистиката, като пише и под псевдонимите *Фигаро* и *Хуан Перез де Мунгула*. Автор на множество есета, в които, чрез средствата на сатирата, критикува политиката и социалното положение в испанското общество. Самоубива се през 1837 г. след трагична любовна афера.

**Рамон де Месонеро Романос** (1803-1882) е испански писател, автор на редица текстове, посветени на социалния живот в Мадрид, част от които са публикувани в пресата.

**Алберто Листа** (цялото му име е Алберто Родригес де Листа и Арагон) (1775-1848) е испански поет и филолог. Роден е в Севиля, където започва да преподава на 15 годишна възраст, а по-късно става професор по дикция и поезия в Университета на Севиля. След успешна преподавателска кариера и в други градове, се премества в Мадрид, където редактира „Газета де Мадрид“ и продължава работата си като университетски преподавател.

---

В последвалия преходен период преди възкачването на Исабела II (1830-1904) на трона, вестниците се оказват доброто публично средство за привличане на подкрепа към нейната личност, още повече, че в своето поведение тя застава на страната на прогресивните сили в Испания. По време на правителството на Мартинес де ла Роса са възстановени някои от старите всекидневници, както и са създадени нови, които имат ясна политическа линия. В медийното пространство се налагат заглавията на прогресивните вестници „Ел Еко де Комерсио“ („*El Eco de Comercio*“, „Търговско ехо“) и „Ла Абеха“ („*La Abeja*“, „Пчела“), които се конкурират с консервативния в. „Ел Еспаньол“ („*El Español*“, „Испанец“) на Андрес Борега, който е създаден като първата голяма медийна компания с използването на капитал от четири милиона реала.

Войната приключва с победата на новата кралица Исабела II, но прогресивните идеи постепенно отстъпват място на умереното буржоазно управление. То, от своя страна, избягва провеждането на значими социални и политически реформи, като например освобождаването на селските маси, които представляват повече от половината от населението и които живеят в крайна бедност и изостаналост. А също възстановява привилегиите на аристокрацията и църквата с цел да се противопостави на социалистическите, анархистичните, републиканските и прогресивно либералните кръгове. Макар че първоначално



правителството формално зачита свободата на печата, в действително то всячески се опитва на наложи контрол върху него – като например забранява разпространението по пощата на всякакви неправителствени вестници. Критично настроената преса обаче продължава да владее общественото мнение и даже е създадена първата журналистическа коалиция, която по своя прогресивен характер изпреварва коалицията на либералните партии в страната. Появяват се и се публично се налагат вестници като републиканските „**Ла Революсион**“ („**La Revolución**“, „Революция“) и „**Ел Уракан**“ („**El Huracan**“, „Ураган“), либералните „**Ел Каталико**“ („**El Catalico**“) и „**Ла Крус**“ („**La Cruz**“, „Кръст“), както и вече масовите и по-скоро информационни „**Ел Еспаньол – Ел Универсал**“ („**El Español – El Universal**“, „Испанецът – Светът“), който през 1846 г. има 20 хил. абонати и „**Лас Новедадес**“ („**Las Novedades**“, „Новините“), който няколко години по-късно има 16 хил. читатели.

Прогресивните и демократични вестници, в които пишат Антонио Кановас, Емилио Кастелар, Франсиско Пи-и-Маргал и Прахедес Матео Сагаста, са облагодетелствани при управленията на генерал Балдомеро Еспартеро и генерал Леополдо О’Донел. Започват да излизат и социалистически вестници като „**Ел Еко де ла класе обрера**“ („**El Eco de la Clase Obrera**“, „Ехо от работическата класа“) или появилия се по-късно „**Ла Емансипацион**“ („**La Emancipación**“, „Еманципация“), за когото Енгелс казва, че е най-добрият вестник на Комунистическия Интернационал и в който пише Пабло Иглесиас.

---

**Антонио Кановас дел Кастильо** (1828-1897) е сред значимите испански държавници, министър-председател на няколко правителство. Роден е в Малага, завършва правния факултет на Мадридския университет. Заедно с политическия си сподвижник Леополд О’Донел създават т-нар. „програма от Мансандаред“ – манифест, който прокламира премахване на управляващите политически сили, свикване на нов парламент, намаляване на данъците, даване на свобода на печата, децентрализация на управлението.

**Емилио Кастелар** (1832-1899) е испански републикански политик, президент на Първата република.

**Франсиско Пи-и-Маргал** (1824-1901) е испански либерален политик и писател, президент на Първата република от 1873 г. След като завършва религиозно училище в родната си Барселона се премества в Мадрид, където започва работа в изданията „Ел Ренасименто“ („El Renacimiento“, „Ренесанс“) и „Ел Корео“ („El Correo“, „Поща“) като театрален критик и политически коментатор. Активното му включване в политическия живот на страната е допълнено от издаването през 1856 г. на революционното списание „Ла Расон“ („La Razón“, „Разум“), както и ръководенето на републиканския вестник „Ла Диску-

сион“ („La Discusión“, „Дискусия“). След кратко пребиваване в Париж, където е повлиян от идеите на позитивизма, се връща в Испания, даже става депутат и е един от авторите на испанската конституция от 1869 г. Оглавява и Републиканската партия и след абдикацията на крал Амадео е обявен за министър на вътрешните работи, а след това и за президент на Първата република. Обявява въвеждането на активни реформи като отделяне на църквата от държавата, реорганизация на армията, приемането на 8-часов работен ден, регулиране на детския труд и всеобщо образование. Под натиска на по-радикалните сили в Републиканската партия е принуден да се оттегли от властта, а след края на Първата република се заема с писателска дейност. През 1886 г. отново се връща в политическия живот, за да укрепи републиканското движение, поради което основава и в. „Ел Нуево рехжимен“ („El Nuevo Régimen“, „Нов режим“). Идеите му за федерализъм и автономия на испанските региони се подкрепят от различни политически движения.

**Прахедед Матео Сагаста и Есколар** (1825-1903) е испански държавник, инженер. Избран е за депутат, министър-председател на няколко кабинета, редактор е на в. „Иберия“ („Iberia“, „Иберия“).

**Пабло Иглесиас** (1850-1925) е испански политик, който има значителна роля за развитието на испанския демократичен социализъм и на работническото движение в страната.

**Федерико Мадрасо-и-Кунтц** (1815-1894) е испански художник, който работи основно в областта на портрета и историческия пейзаж. Син е на художника Хосе Мадрасо-и-Кунтц, от когото получава първите уроци в областта на живописата, а по-късно учи и в Париж. Картините му се отличават с детайлност, колорит и майсторски рисунък и са популярни както в Испания, така и в други държави. През 1835 г. основава в Мадрид илюстрирания в. „Ел Артиста“ („El Artista“, „Артист“). От 1859 г. е професор в Художествената академия в Мадрид и носи званието кралски придворен живописец.

**Хосе де Еспронседа** (цялото му име е **Хосе Игнасио Хавиер Ориол Енсаркансион де Еспронседа-и-Делгадо**) (1808-1842) е сред най-значимите испански поети, представител на романтизма. Като млад е принуден да емигрира от Испания и живее в Португалия, Белгия, Франция, Англия и Нидерландия. След завръщането си в родината през 1833 г. започва да подкрепя левите партии. Приема се за ученик на Алберто Листа. Автор е на редица лирически творби, заради които го определят за един от водещите испански поети.

---

По време на избухналата септемврийска революция през 1868 г. лозунгите „Долу Бурбоните! Долу йезуитите! Да живее пълновластието на народа!“ принуждават кралица Исабела II да избяга във Франция. Приетата нова конституция обявява Испания за либерална монархия, а за крал е обявен Амадей I (1845-1880), син на италианския крал Виктор Емануил. Последвалите работнически стачки и засилените социални вълнения водят до обявяването през 1873 г. на Първата република. За

президент е избран Франсиско Пи-и-Маргал. Тя просъществува едва няколко месеца, защото след намесата на войската, монархията е възстановена и властта е поета от сина на Исабела Алфонсо XII (1857-1885). Той не ограничава свободата на печата, а поевтиняването на хартията позволява покачването на тиражите на масовите и информационни издания като „**Ла Кореспонденция де Еспания**“ („**La Corespondencia de España**“, „Кореспонденция от Испания“), която надхвърля петдесет хиляди екземпляра.

По-това време интерес представляват и някои списания като например „**Ревиста контемпоранеа**“ („**Revista Contemporânea**“, „Съвременно списание“), което е основано през 1874 г. в Мадрид и е редактирано от Хуан Ортега Рубио и просъществува до 1907 г. А също вестниците „**Илустрацион Еспаньола и Американа**“ („**Ilustración Española y Americana**“, „Испанска и американска картина“), който започва да излиза от 1864 г. в Мадрид, „**Ел Артиста**“ („**El Artista**“, „Артистът“) на Федерико Мадросо, сред чийто известни сътрудници е поетът Хосе де Еспронседа, както и „**Ел Семинарио пинтореско**“ („**El Seminario Pintoresco**“, „Живописен семинар“) на Месонеро, който тенденциозно избягват да прояви каквато и да е политическа пристрастност с цел да привлече по-голяма аудитория главно от средите на средната класа. Успешни са и илюстрираните списания от Барселона „**Охас селектас**“ („**Nojas selectas**“, „Избрани страници“), „**Илустрасио Катала**“ („**Ilustració Catala**“, „Каталунска картина“) и „**Илустрасион Артистика**“ („**Ilustración Artística**“, „Художествена картина“). В някои от тях са публикувани гравюрите на Хуан Антонио Пелисер, посветени на Руско – турската война през 1877-1878 г. и рисувани за френското сп. „**Л'Илустрасион**“ („**L'Illustration**“, „Илюстрация“)

## СЪВРЕМЕННИ ВЕСТНИЦИ

В началото на 20 век Испания е притисната от икономическата криза, множеството работнически стачки, както и от катастрофалната война със САЩ, която избухва през 1898 г. Повод за обявяването ѝ е взривяването на американския броненосец „Мейн“ в Хаванското пристанище. Въпреки че не е доказано, че е дело на испански войници, американското правителство, подтиквано от американската жълта преса и главно от вестника на медийния магнат Уилям Рандолф Хърст „**Ню Йорк джърнъл**“ („**The New York Journal**“, „Вестник на Ню Йорк“), започва военни действия. Това е първата завоевателна война за САЩ, която

завършва няколко месеца по-късно с капитулацията на Испания, която е принудена да се откаже от последните си колонии – Куба, Пуерто Рико, Филипините и остров Гуам, а на следващата година отстъпва на Германия Каролинските и Марианските острови.

Управляващите в Испания се опитват да стабилизируют политическата обстановка, като буржоазията застава на либерални позиции, но проблемното социалното положение остава непроменено за много испанци.

През 1923 г., когато страната е пред избухването на гражданска война, генерал Мигел Примо де Ривера налага военна диктатура и управлява до 1930 г. Година по-късно крал Алфонсо XIII (1889-1941), притиснат от разрастващото се работническо движение и лошата икономическа обстановка след започнала световна икономическа криза, избягва от Испания и в страната е обявена Втората република. Тя просъществува едва няколко години, през които Народният фронт (Frente Popular) – управляващият съюз от републикански, социалистически и комунистически партии, не успява да получи подкрепата от всички групи в обществото, макар да се стреми да създаде една плуралистична, социално и политически стабилна, демократична Испания.

---

**Мигел Примо де Ривера** (1870-1930) е испански генерал и диктатор. Роден е в аристократично семейство на потомствени военни, завършва Военната академия. При извършения от него и с помощта на някои испански индустриалци, военни и консервативни партии държавен преврат през 1923 г. конституцията е отменена, премахната е свободата на печата, а парламентът е разпуснат.

**Мануел Асаня-и-Диас** (1880-1940) е испански политик, президент на Испания в периода 1936-1939, писател. Завършва право в университета в Сарагоса и има докторска степен от Мадридския университет. Работи за либералното литературно, научно и художествено общество в Мадрид, публикува във вестниците „Ел Импарсиал“ и „Ел Сол“ („El Sol“, „Слънце“), както и е военен кореспондент от фронта по време на Първата световна война. Участва в създаването на Испанското демократично общество, работи като журналист за френския в. „Фигаро“ и редактира испанските списания „Плума“ („Pluma“, „Перо“) и „Еспаня“ („España“, „Испания“). Пише проза, политически и мемоарни текстове, превежда чужди автори, занимава се с есеистика, публицистика и литературна критика. По време на Втората република е военен министър и министър-председател. След победата на Франко в Гражданската война емигрира във Франция, където остава до смъртта си.

---

Републиканското правителство на Мануел Асаня защитава конституционните права, всеобщото изборително право и върховенството

на законодателната власт на еднокамерния испански парламент, стреми се да подобри социалните блага особено в областта на образованието и селското стопанство – закрива релегиозните училища, създава нови светски училища, проявява загриженост за испанските селяни, провежда реформи в армията. Същевременно властта му е подкопана от социалистическите и комунистическите партии, които се опитват да завземат имотите на буржоазията и да премахнат влиянието на католическата църква, чийто жесток израз става избиването на над хиляди католически свещеници и членове на религиозни организации.

Изборите от 1936 г. ясно показват разделението в страната между левите сили на Народния фронт и десните националисти, които обединяват армията, едрата буржоазия, църквата и появилите се фалангистки групи. След последвалия бунт на армията, в Испания започва кръвопролитната Гражданска война, чийто жертви се оценяват общо на 40 хил. в сраженията и още 200 хиляди от глад и болести. Фалангистите екзекутират поета Федерико Гарсия Лорка заради левите му убеждения, последван от други 50 хиляди ликвидирани заради обществено положение, убеждения или професия. Републиканците не остават назад – те също екзекутират близо 55 хил. невинни жертви.

Въпреки очакванията на военните да получат широка подкрепа от обществото, държавата е разделена на две, а различните групировки наказват всеки от своите противници. Десните сили, които обединяват Аксион популар (Accion Popular, Народно действие), фашистката партия Фаланхе еспаньола (Falange Espanola) и ултракатолическите формации Рекуертес (Requetres), са предвождани от генерал Франсиско Франко и получават финансова и военна подкрепа от фашистка Италия, нацистка Германия, от Португалия. Новият модел германски самолети „Хайнкел“ смазват испанския град Гуерника, контролиран от републиканците и стават повод за изобличителния антивоенен шедевър на световноизвестния художник Пабло Пикасо, избягал от франкистите във Франция.

Републиканското правителство е в международна изолация, разчитайки само на помощта на малкото професионални войници, въоръжените милиции на левите групировки, селяните, работниците, военна подкрепа на Съветския съюз и на 50 хил. доброволци от Интернационалните бригади, създадени от различни леви организации по света. След разгрома, много републиканци се принудени да емигрират, предимно във Франция, Латинска Америка и Съветския съюз.

Испанската Гражданска война бележи и първото противопоставяне на фашизма в Европа. Нейните перипети са описани от американския

писател-нобелист Ърнест Хемингуей в кореспонденциите му и в романа му „За кого бие камбаната“, както и от сънародника му Джон Дос Пасос. А също от френския писател и летец-доброволец Андре Малро, който даже предвожда ескадрила в помощ на републиката и по-късно пише романа „Надеждата на човека“. Сред другите писатели, които обръщат внимание на тези исторически събития, са английският писател Джордж Оруел, унгарският писател от еврейски произход Артур Кьостлер, бъдещият канцлер на Германия – социалдемократата Вили Брандт, френският писател Жорж Бернанос, англо-американският поет У.Х. Одън и много други представители на европейския културен елит. Превратностите на това размирно време намират отражение в творчеството и на българския писател Димитър Димов – в романа му „Осъдени души“, заснет по-късно и на филм, както и в пиесата му „Почивка в Арко Ирис“.

---

**Франсиско Франко** (цялото му име е **Франсиско Паулино Ерманхилдо Теодуло Франко и Баамонде Салгадо Пардо**) (1892-1975) е испански генерал и диктатор. На 33 години е най-младият генерал в Европа след мароканската война. По време на диктаторското му управление е наричан „Caudillo de España“ (Водач на Испания). Той е привърженик на кооперативизма, като разчита повече на реда и стабилността, отколкото на политическото управление, а управляващата му партия „Мовимиенто Насионал“ е съставена от привърженици на националсиндикалистите и католическа църква (nacionalcatolicismo). При режима му са забранени всички партии, синдикални и търговски организации, ограничена е медийната свобода. Налага социална и икономическа централизация и национално единство – забранени са различните от официалния испански език диалекти (специално каталунския, галисийския и баския). Поддържа активно военно присъствие в цялата страна чрез военната политическа сила Гуардиа Сивил.

---

В крайна сметка през 1939 г. властта е завзета от Франко, който налага своята 35 годишна диктатура с пропагандните представи за „Nay orden en el país“ („Има ред в страната“) и „España, una, grande, libre“ („Испания е единна, велика и свободна“). По време на неговото управление страната се стабилизира и модернизира икономически, като промишлеността се налага над доминиращия до този момент селскостопански модел. Политическото положение обаче е силно контролирано с цел да се избегне възраждането на левите сили, а централизираният модел подтиска националните течения в различните испански провинции и води до появата на въоръжената сепаратистка организации на баските ЕТА, прибягваща до атентати и в новото хилядолетие. По време на Втората световна война отказва да се присъедини към нацистка Германия и



фашистка Италия въпреки, че са му оказали значителна военна помощ по време на Гражданската война – Италия – 50 хил. войници, 660 самолета и друга техника, Германия – 10 хил. бойци, 600 самолета, 200 танка, с които значително превъзхожда войските на републиканците през 1937 г.

През този период медиите в Испания са под строгия цензурен режим на Франко, като има официални медии, които отразяват на своите страници управленския пропаганден модел.

Подобен е „Ариба!“ („¡Arriba!, „Ставай!“), който е основан през 1935 г. от Хосе Антонио Примо де Ривера, като официален вестник на испанската фашистка партия. Спира да излиза по време на Втората република и Гражданската война и издаването му е продължено след установяване режима на Франко, когато се превръща в официозно издание. В него публикуват свои текстове един от известните фашистки лидери Хосе Антонио Гирон, както и самият диктатор Франко със серия от статии под общото име „Масонерия“ („Masonería“, „Зидария“), в които се противопоставя на комунизма, евреите, държавата Израел. Публикуването на „Ариба“ е забранено през 1979 г.

Вестник „Ла Оха де лунес“ („La Hoja de Lunes“, „Понеделнишки лист“) е създаден през 1930 г., но по време на режима на Франко се нарежда сред трите важни в страната заедно с „Ариба!“ и католическия в. „Диарио Я“ („Diario Ya“, „Вестник сега“). Излиза до 1986 г.

Политическите позиции на в. „Ел Алкасар“ („El Alcázar“, „Алкасар“) се движат от либерални до крайно десни. Вестникът е създаден през 1936 г. като фашистко издание, което подкрепя режима, въпреки че в края му се превръща в издание на ветераните от Гражданската война. В периода между 1975 г. и до закриването си през 1988 г. отново е крайно дясно издание.

Сред по-прогресивните издания по това време са и вестници „Пueblo“ („Pueblo“, „Народ“), който се представя за близък до левите идеи, „Диарио Мадрид“ („Diario Madrid“, „Мадридски вестник“), „Информационес“ („Informaciones“, „Информация“) и „Камбио 16“ („Cambio 16“, „Промяна 16“).

Франко умира през 1975 г., като за свои наследник посочва внука на Алфонсо XIII крал Хуан Карлос I, който успява да преведе страната от диктатурата към демократичен модел на управление. Първите избори от 1977 г. и приетата година по-късно Конституция показват, че политическата обстановка е стабилизирана и са създадени условия за социален просперитет на испанците. Икономическото положение също е във



възход, като Испания, след като през 1986 г., става член на Европейския съюз и на НАТО, се нарежда сред 10-те страни с най-развити икономики в общността, с водещи позиции в областта на индустрията, селското стопанство, търговията и най-вече туризма. БВП на човек на населението е над средното за ЕС, с много високи равнища на средната продължителност на живот, здравеопазване, транспорт и инфраструктура, със значим брой привлечени чуждестранни инвестиции, с възможности да създава близо половината новите работни места в целия ЕС.

Динамичният икономически растеж се съвместява със стабилно политическо управление. През последните години в страната се редуват кабинети на левите и десните сили – Социалистическа работническа партия е на власт при кабинетите на Фелипе Гонсалес (в периода 1982-1996) и Хосе Луис Родригес Сапатеро (в периода от 2004 до 2011), а Народната партия – при управлението на Хосе Мария Аснар (в периода 1996-2004) и Мариано Рахой (в периода от 2011 г. и досега).

Това се отразява и на медийния пазар, на който още след 1966 г. се наблюдава известна либерализация, а след 1975 г. се появяват много нови вестници. Като интересна специфика се налага моделът, според който повечето испански списания имат национална дистрибуция, докато вестниците са предимно регионални, като има само няколко национално разпространявани издания.

Най-продаваният всекидневник в Испания е „Ел Паис“<sup>198</sup> („El País“, „Страната“), който излиза в тираж от над 430 хил. екземпляра, с реални читатели близо 2 милиона души. Създаден е през 1976 г. по идея на Хосе Ортега Споторно, който използва за модел френския в. „Льо Монд“ и по неговите думи цели да бъде „либерален, независим, социално загрижен европейски вестник“. Негов издател е медийната компания „Групо Приса“ („Grupo Prisa“), която притежава и други медийни канали и издателства като радиоверигата СЕР (Cadena SER), радиостанциите Максима FM и М80, телевизионните канали Куатро и Локалия, спортният в. „АС“, издателствата „Синко диас“ („Cinco Dias“), специализирано в икономическата сфера, „Сантияна“ („Santillana“), „Алфагуара“ („Alfaguara“) и др.

---

**Хосе Ортега Споторно** (1916-2002) е испански журналист и издател. Син е известния испански философ Хосе Ортега-и-Гасет. По време на Гражданската война е принуден да живее в чужбина (Италия и Франция). След либерализирането на положението в страната през 1966 г. създава най-голя-

---

<sup>198</sup> [www.elpais.com](http://www.elpais.com)

мото издателство за луксозни романи на евтина цена „Алианса“. Няколко години по-късно започва издаването и на най-тиражния испански вестник „Ел Паис“, в чието редактиране и ръководство участва до 1984 г. До смъртта си работи като писател, автор е на няколко романа и на историята на фамилията Ортега.

---

Политически „Ел Паис“ е със социално-демократическа ориентация, като реално подкрепя Социалистическата работническа партия, известен е и с умерената си критика към църквата. Това е и вестникът, който първи защитава крал Хуан Карлос I по време на опита за военен преврат на 23 февруари 1981 г. Още преди испанската телевизия да излъчи обръщението на краля, в което той осъжда действията на военните и призовава към спазване на конституцията и демократичните ценности, „Ел Паис“ излиза с извънреден брой със заглавие „Ел Паис“ в подкрепа на конституцията“, с което печели огромна подкрепа сред испанската аудитория.

Въпреки че централата на вестника е в Мадрид, редакцията разполага с регионални бюра в столиците на петте автономни области в Испания – Барселона (Каталуния), Севилия (Андалусия), Валенсия (Валенсия), Билбао (Баска автономна област), Сангято де Компостела (Галисия). Това позволява създаването на местни притурки, които да отразяват регионалните новини и събития. Освен това съществува и международно издание, което е предназначено за аудиторията от Латинска Америка.

От 1989 г. вестникът поддържа тесни връзки с няколко европейски вестника – италианския „Ла Република“, френския „Льо Монд“, от 1992 г. издава своя европейска версия на френски език, а от 2001 г. част от съдържанието на „Ел Паис“ е представяно в испаноезичната версия на „Интернешънъл Хералд Трибюн“.

Мото на вестника са думите „Страната, която имаме“, а девизът е „независим сутрешен вестник“, който от 2007 г. се променя на „глобален вестник с новини на испански език“. Дълги години главен редактор е Хосе Луис Себриан, който казва: „Исках да направя добър вестник, в който самите журналисти решават каква информация да поместим, а също да създадем солиден модел на управление.“

---

**Хосе Луис Себриан** (р. 1944) е испански журналист, писател, преподавател, дългогодишен главен редактор на най-тиражния испански всекидневник „Ел Паис“ в периода 1976 – 1988 г. Баща му Висенте Себриан е известен журналист по време на режима на Франко, главен редактор на в. „Ариба“. Хосе Луис Себриан завършва журналистика в Мадридския университет. Кариерата му

започва във вестниците „Пуебло“ и „Информасионес“, в испанския обществен оператор Ер Те Ве Е, а през 1976 г. е сред основателите на „Ел Паис“. След оттеглянето си от вестника е назначен за директор на цялата медийна компания „Групо Приса“.

---

От 80-те години „Ел Паис“ излиза в таблоиден формат, а в съдържателно отношение се наблюдава известен превес на международната информация и тази с културен и икономически характер, за сметка на вътрешнополитическите новини, както и преобладаване на текста спрямо фотографиите. Има множество притурки като приложенията за наука „Бъдеще“, „Киберпаис“ за информация и електронни технологии, приложения за младежи, както и списанията „Бебелия“, което излиза със съботния брой и е специализирано в областта на литература и „Седмичен Паис“, което излиза с неделния брой и е посветено на модата и лайфстайла.

„Ел Паис“ разполага с голяма редакционна и кореспондентска структура, която му позволява да събира разнообразна, актуална и задълбочена информация. Особено се държи на спазването на журналистическите норми, включително чрез създаването на вътрешни правила за контрол на качеството и назначаването на медиен омбудсман, който да защитава интересите на читателите.

„Ел Мундо“<sup>199</sup> („El Mundo“, „Светът“) е вторият по популярност всекидневник с тираж от около 330 хил. екз. Цялото му име е „Ел Мундо дел Сигло Веинтиуно“ („El Mundo del Siglo Veintiuno“, „Светът на 21 век“). Основан е през 1989г. в Мадрид от Алфонсо де Салас, Педро Рамирез, Балбино Фрага и Хуан Гонзалез, като освен в столицата има и някои регионални версии. Собственост е на компанията „Унидад Едиториал“ („Unidad Editorial S.A.y“), чиято дъщерна компания е „Групо Реколетос“, а двете компании са притежавани от италианската компания RCS MediaGroup (Rizzoli), която контролира и най-тиражния италиански вестник „Ил Кориере дела Сера“.

Вестникът се определя като либерален, подкрепя Народната партия. В съдържателно отношение акцентира върху разследващата журналистика, политическите скандали, представя корупцията в правителството на Фелипе Гонсалес, с което подпомага за победата на десния политик Хосе Мария Аснар на следващите политически избори и създава благоприятна медийна среда по време на неговото управление. По-късно критикува правителството на социалиста Сапатеро. След те-

---

<sup>199</sup> [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)

рористичните нападения в мадридското метро на 11 март 2004 г. „Ел Мундо“ оспорва неясните аспекти на официалната версия, че нападението е дело на терористите от ЕТА, което довежда до сериозен диспут сред испанските медии за възможностите за манипулация на общественото мнение и в крайна сметка съдейства за изясняване на истинските извършители от „Ал Кайда“.

„Ел Мундо“ има няколко притурки като сп. „Ла Луна де Метрополи“ („La Luna de Metropolí“, което е създадено след обединение на съществуващите преди това списания „Ла Луна дел Сигло ХХІ“ („La Luna del Siglo ХХІ“) и „Метрополи“ („Metropolí“) и в което се публикуват новини от областта на музиката, киното и лайфстайла), както и списанията „Йо Дона“ („Yo Dona“), ориентирано към женската аудитория и неделното „Мегъзин“ („Magazine“).

„А Бе Се“<sup>200</sup> („ABC“, „АВВ“) е основан през 1903 г. в Мадрид от Игнасио Лука де Тена като седмичник. От 1905 г. е всекидневник, а в момента е третият по тираж всекидневник с над 240 хил. екз. Собственост е на компанията „Групо Восенто“ („Grupo Vocento“). Политически е дясно центристски, като е известен защитник на испанската монархия. През 1936 г. по време на Гражданската война е завзет от Народния фронт и се налага да излиза в две различни версии – по една за всяка от враждуващите страни. След края на войната отново е върнат на законните си собственици и става един от влиятелните консервативни вестници в страната. Излиза в компактен формат, за разлика от „Ел Паис“ и „Ел Мундо“.

„Ла Расон“<sup>201</sup> („La Razón“, „Разум“) също е сред тиражните всекидневници в Испания с около 142 хил. екз. Той е и най-младият от качествените вестници – основан е през 1998 г. от Луис Мария Ансон. Собственост е на компанията „Групо Планета“ („Grupo Planeta“) и има социално – либерална политическа насоченост.

Демократизацията в Испания след падането на режима на Франко благоприятства постепенната регионализация на страната. Територията е разделена на няколко автономни области, а това се отразява и върху модела на структуриране и разпространение на испанската преса. Постепенно местните и регионалните издания все повече изместват по влияние и авторитет националните, които са принудени да издават притурки с местни новини за всяка от областите. Особено забележимо това се наблюдава в област Каталуния, където двата водещи всекидневника

---

<sup>200</sup> www.abc.es

<sup>201</sup> www.larazon.es

„Ла Вангвардия“ и „Ел Периодико де Каталуня“ имат лидерски позиции не само на регионалния пазар, но и сред национално разпространяваните всекидневници.

Издаваният в Барселона в. „Ла Вангвардия“<sup>202</sup> („La Vanguardia“, „Авангард“) е създаден през 1881 г. от братята Карлос и Бартоломе Годо, под името „Диарио де лос политикос де ависос и нотисиас“ („Diario de los Políticos de Avisos y Noticias“, „Политически вестник за съобщения и новини“). По-късно на тяхно име е основана награда за журналистика и фотожурналистика в Испания. Целта на вестника е да бъде използван като комуникационен инструмент от фракция в Либералната партия, която иска да контролира града. От 1887 г. вестникът променя формата си, започва да излиза както сутрин, така и вечер, престава да бъде политически орган и се превръща в модерно, политически независимо и плуралистично издание. Сега тиражът му е около 212 хил. екз., а девизът е „Свободата на мнението“.

„Ла Вангвардия“ е собственост на компанията „Групо Годо“ („Grupo Godó“), която е сред най-големите в Испания – притежава още тиражния спортен вестник „Ел Мундо Депортиво“, няколко радиостанции, частна телевизия, рекламна агенция, активен спонсор е на редица културни, икономически и спортни събития, а основните ѝ цели са свързани с утвържаването на област Каталуния на национално равнище.

Сред известните имена, които работят през годините за просперитета на вестника, е например Модесто Санчес Ортис, който налага изданието сред водещите в културно отношение, среда за изява на някои от най-талантливите испански интелектуалци. Даже през през 1900 г. вестникът е първият, който публикува рецензия посветена на картина на все още неизвестния тогава художник Пабло Пикасо.

„Ла Вангвардия“ е и първият испански вестник, който изпраща свои кореспонденти в някои европейски държави, за да отразяват военните действия по време на Първата световна война. Гражданската война в Испания го превръща в трибуна на автономното правителство в област Каталуния, която по-късно се самопровъзгласява за република. Последвалият диктаторски режим на Франко принуждава издателите му – братя Годо с цел да запазят финансовия контрол върху вестника, да променят името му на „Ла Вангвардия еспаньола“ („La Vanguardia Española“, „Испански авангард“) и да приемат за директор човек с антикаталунски убеждения. С това вестникът не само не губи своето

---

<sup>202</sup> [www.lavanguardia.es](http://www.lavanguardia.es)

влияние върху каталунската общност, но и си позволява да публикува международни новини, селектирани от Сантьяго Надал, които ясно показват подкрепата му на съюзническите войски по време на Втората световна война.

Първоначалното име на вестника е възстановено през 1987 г. и сега „Ла Вангвардия“ е с дясноцентристка политическа насоченост. Главен редактор е Хавиер Годо, наследник на създателите на вестника, а сред водещите журналисти са Бру Ровира, Мариу Карол, Хавиер Бру де Сала.

Статиите във вестника се пишат на испански език, но се публикуват свободно писма и текстове на каталунски език.

Сред постоянните рубрики са свързаните с международната политика, вътрешната политика, мнения, тенденции, икономика, култура, спорт. Сред популярните рубрики е „Контра“, който се помещава на последната страница на вестника и съдържа интервюта с известни и любопитни личности. „Ла Вангвардия“ има и няколко притурки – всекидневно излиза цветното приложение „Живот“, посветено на лайфстайл новини, културни събития, интервюта. Към съботния брой излиза сп. „Хора“ с информация за културни събития, политически анализи, научни описания, социални проблеми и други.

„Ла Вангвардия“ е пример за интересна особеност на съвременния испански медиен пейзаж – съществуването на двуезични вестници, които съдържат текстове освен на испански, така и на каталунски, галициански, баски езици, както и на вестници изцяло на диалект – има шест вестника, които излизат изцяло на каталунски език и един, който излиза изцяло на баски език.

Вторият по тираж вестник в Каталуния и сред водещите в национален мащаб е „Ел Периодико де Каталуня“<sup>203</sup> („El Periódico de Catalunya“, „Каталонски вестник“) – с около 168 хил. екз. Вестникът е основан през 1978 г. от Антонио Асенсио Пизаро като прогресивен каталунски вестник, който обаче не бива да се свързва с каталунския сепаратизъм и национализъм. За модел е използван най-популярният американски вестник „Ю ЕС Ей Тудей“ („USA Today“). Вестникът е собственост на компанията „Групо Сета“ („Grupo Zeta“) **и излиза в две различни версии – на испански език (името му е изписано с червен цвят) и на каталунски език (името му е изписано със син цвят).**

От излизащите в Галиция вестници трябва да бъдат споменати всекидневникът „Ла Вос де Галисия“<sup>204</sup> („La Voz de Galicia“, „Гласът на

---

<sup>203</sup> [www.elperiodico.com](http://www.elperiodico.com)

<sup>204</sup> [www.farodevigo.es](http://www.farodevigo.es)

Галисия“), който е основан през 1853 г., собственост е на компанията „Пренса Иберика“ („Prensa Ibérica“) и тиражът му се движи около 130 хил. екз.; „Фаро де Виго“ („Faro de Vigo“, „Фарът на Виго“), който е най-старият все още излизащ вестник в Испания – основан е през 1853 г. от Анхел де Лема-и-Марина в град Виго и тиражът му е около 41 хил. екз.; както и „Ел Диарио де Ферол“<sup>205</sup> („El Diario de Ferrol“, „Вестникът на Ферол“), който е основан през 1996 г. в град Ферол и е собственост на компанията „Групо Корео Галего“ („Grupo Correo Gallego“).

Изданията в Страната на баските като цяло подкрепят националните виждания на обществото и най-често са двуезични или излизат изцяло на баски език.

Двуезичен е в. „Гара“<sup>206</sup> („Gara“, на баски език: „Ние сме“), който е основан е през 1999 г. в град Сан Себастиан (или Дюностиа, както се нарича градът на баски език) като продължение на левия и просепаратистки вестник „Егин“ („Egin“), забранен от закона през 1998 г. Има около 130 хил. читатели. Вестникът е известен с това, че представители на ЕТА се свързват с него, за да съобщят предварително местоположението на организирани от тях удари. Затова и става популярен, когато на 12 март 2004 г. (един ден след атаката в мадридското метро), представител на баската сепаратистка групировка ЕТА отрича пред вестника участието на ЕТА в терористичния акт (каквато е официалната позиция на властите по това време).

„Бериа“<sup>207</sup> („Berria“) пък е единственият всекидневник, който излиза изцяло на баски език. Основан е през 2003 г. след като властите забраняват предишния излизащ на баски език вестник „Егункариа“ („Egunkaria“) с обвинение за връзки с ЕТА.

---

ЕТА (на баски език: Euskadi Ta Askatasuna, **Баско отечество и свобода**) е създадена през 1959 г. от групи студенти-националисти, които обвиняват управляващата Баска социалистическа партия, че не се противопоставя на режима на Франко. ЕТА се явява радикалното продължение на Баската националистическа партия, който извежда лозунги за баски патриотизъм, демокрация, свобода. Известно време политическо лице на ЕТА е политическото крило Батасуна, която обаче е забранена през 2003 г. Въпреки доброто икономическо положение на населението в този регион и като цяло отхвърлянето на кръвопролитните методи на ЕТА, обществото защитава националистическите си цели за отделянето на Еускади (Страната на баските) от територията на Ис-

---

<sup>205</sup> [www.diariodeferrol.com](http://www.diariodeferrol.com)

<sup>206</sup> [www.gara.net](http://www.gara.net)

<sup>207</sup> [www.berria.info](http://www.berria.info)



пания. Като резултат от теротистичните действия на ЕТА са загинали над 800 души.

---

Изключително популярен в Испания е спортният всекидневник „Марка“<sup>208</sup> („Marca“, „Знак“), който излиза в тираж от около 308 хил. екз. Основан е през 1938 г. с цел да представя футболните отбори „Реал Мадрид“ и „Атлетико Мадрид“. Негов собственик е компанията „Групо Реколетос“ („Grupo Recoletos“). Интернет сайтът му е основан през 1995 г. и месечно е посещаван от над 3 милиона потребители. От 2001 г. вестникът е асоцииран и със спортната радиостанция „Радио Марка“ („Radio Marca“).

Другият голям спортен всекидневник е „Диарио АС“<sup>209</sup> („Diario AS“, „Вестник АС“), който излиза в тираж от близо 115 хил. екз. Основан е през 1967 г. също с цел да представя мадридските футболни отбори. Собственост е на компанията „Диарио АС Си Ел“ („Diario AS S.L.“).

Сред наложилите се спортни вестници е и каталунският „Ел Мундо депортиво“<sup>210</sup> („El Mundo Deportivo“, „Спортен свят“), които е основан през 1906 г. в Барселона и основно представя футболния отбор на Барселона, като тиражът му е над 100 хил. екз, както и вестниците „Спорт“ („Sport“, „Спорт“), „Естадио депортиво“ („Estadio Deportivo“, „Спортен стадион“) и „Супер депорте“ („Super Deporte“, „Супер спорт“).

Трябва да бъде споменат и популярният безплатен вестник „20 минутос“<sup>211</sup> („20 minutos“, „20 минути“), който е основан през 1999 г. в Мадрид, но има локални версии и в други испански градове. Собственост е на компанията „Мултипrensa & Мас Си Ел“ („Multiprensa & Mas S.L.“), в която основен дял има швейцарската компания „20 Min Holding“ – лидер в публикуването на безплатни вестници в Швейцария, Франция и Испания. От 2005 г. в Испания излиза и безплатният в. „Ке“ („Que!“, „Какво“), чийто тираж е над 970 хил. екземпляра. В резултат на медийната криза се затворени испанската версия на „Метро“ („Metro“, „Метро“), която съществува между 2001 г. и 2011 г., както и „А Ен Де“ („AND“), създаден през 2006 г., също с голям тираж от 900 хил. екземпляра.

---

<sup>208</sup> <http://marca.com>

<sup>209</sup> [www.as.com](http://www.as.com)

<sup>210</sup> [www.elmundodeportivo.es](http://www.elmundodeportivo.es)

<sup>211</sup> [www.20minutos.es](http://www.20minutos.es)

## СЪВРЕМЕННИ СПИСАНИЯ

Сред интересните испански списания е „Ел Хуевес“<sup>212</sup> („El Jueves“, „Четвъртък“) – сатирично и политически хумористично седмично списание, основано през 1977 г. Цялото заглавие на списанието е „El Jueves, la revista que sale los Miércoles“ („Четвъртък, списание, което излиза всяка сряда“). Съдържанието включва хумористично представяне на актуални политически, икономически и социални въпроси. Излиза в около 80 страници, като има и тематични броеве (например посветени на монархията, религията, видео игрите), които достигат до 120 страници.

Сред влиятелните списания е и седмичното клюкарско или светско списание „Ола!“<sup>213</sup> („¡Hola!“, „Здравей“), създадено през 1944 г. от Антонио Гомес, който го ръководи до смъртта си през 70-те години. Списанието е замислено като семейно, но съдържанието му до голяма степен е насочено към представяне живота и поведението на известни личности.

Могат са бъдат отбелязани още „Рокделукс“<sup>214</sup> („Rockdelux“), създадено през 1984 г. с цел да разкаже за нови и непознати испански и световни музиканти, като от 1999 г. всеки брой е придружен и с подарък – безплатен албум на различни изпълнители и „Дон Балон“<sup>215</sup> („Don Balón“) – седмично спортно списание, основано през 1975 г. от известния спортен журналист Хосе Мария Касановас, за да представя испанския и световен футбол. От 1976 г. списанието присъжда ежегодна награда „Премии Дон Балон“ („Premio Don Balón“) за най-добър испански футболист, най-добър чуждестранен футболист, за най-добър съдия и за пробив във футболната лига.

В испанските медии работят и много известни писатели и журналисти като Антонио Гала, Франсиско Умбрал, Мигел Делибес, Фернандо Саватер, Хорхе Едуардс, Едуардо Аро Теклен, които чрез своите репортажи и колонки, определят насоките на развитие на испанската журналистика и на испанското общество като цяло.

---

**Антонио Гала** (р. 1936) е испански поет, писател и драматург и журналист. След като завършва право, философия, политология и икономика, се занимава с журналистическа и литературна дейност – пише журналистически репортажи, телевизионни сценарии, кратки разкази, есета, поезия. Носител е на различни литературни и театрални награди.

---

<sup>212</sup> [www.eljueves.es](http://www.eljueves.es)

<sup>213</sup> [www.hola.com](http://www.hola.com)

<sup>214</sup> [www.rockdelux.es](http://www.rockdelux.es)

<sup>215</sup> [www.donbalon.com](http://www.donbalon.com)

**Франсиско Умбрал** (1932-2007) е испански журналист, писател и есеист. Журналистическата му кариера започва във Валядолид, в местния в. „Ел Норте де Кастиля“ („El Norte de Castilla“, „На север от Кастилия), а от 1961 г., след като се премества в столицата Мадрид последователно пише за списания като „Ла Естафета Литерария“ („La Estafeta Literaria“, „Литературна поща“), „Мундо Испанико“ („Mundo Hispánico“, „Испански свят“) и „Интервю“ („Entreviú“, „Интервю“), както за вестниците „Диарио Йа“ и „А Бе Се“. Истинска популярност му носят репортажите за националните всекидневници „Ел Паис“ и „Ел Мундо“.

**Мигел Делибес** (1920-2010) е испански писател, член на Испанската кралска академия. Журналистическата му кариера започва във Валядолид, във в. „Ел Норте де Кастиля“, но по-късно написва няколко популярни романа, с които печели популярност и награди.

**Фернандо Саватер** (р.1947) е популярен испански философ, писател и журналист. Първоначално преподава в Мадридския университет, но по време на режима на Франко, е принуден да преподава в университета на Страната на Баските. Той е сред постоянните автори на „Ел Паис“ и е главен редактор на сп. „Клавес“ („Claves“, „Основен принцип“). Известен е с борбата си срещу баския тероризъм и агресивен национализъм. Автор е на множество научни текстове, статии и книги, които са преведени на различни езици.

**Хорхе Едуардс** (1925-2005) е испански журналист, писател и сатирик. Завършва журналистика в Мадрид и работи като редактор за издания като „Ювентуд“ („Juventud“, „Младеш“, „Ла Ора“ („La Hora“, „Време“), испанското обществено радио, за „Ла Оха дел Лунес“, където поддържа и колонка, колумнист е и за „А Бе Се“ и „Ла Вангвардия“, както и за няколко списания, преподава журналистика.

**Едуардо Аро Теклен** (1924-2005) е испански журналист и есеист. Работи като редактор и кореспондент от Париж за в. „Информационес“ („Informaciones“, „Информация“), както и за още няколко издания като „Ел Коресо Еспаньол – Ел Публо Васко“ („El Correo de Español – El Pueblo Vasco“, „Испанска поща – народ на баските“), „Марка“, „Тайо“ („Tajo“, „Блок“), „Ералдо де Арагон“ („Heraldo de Aragón“, „Вестител на Арагон“), „Сол де Еспания“ („Sol de España“, „Испанско слънце“), „Еспания“ („España“, „Испания“), „Триунфо“ („Triunfo“, „Триумф“), „Тиempo де история“ („Tiempo de Historia“, „Историческо време“), театрален критик за „Ла Оха дел Лунес“ и „Ел Паис“. Автор на множество есета.

---

## РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЯ

Подобно на останалите европейски страни и в Испания електронните медии имат голяма популярност сред аудиторията. Доминиращото положение на обществените радио и телевизия е променено в края на 80-те години, когато в испанския ефир се появяват и търговските оператори.

Обществените радио-телевизионните канали в Испания се контролират от корпорация Ре Те Ве Е<sup>216</sup> (**RTVE** – Radiotelevisión Española, Испански радио и телевизия), която има статут на юридическа организация, автономна и независима от правителството и държавната администрация. Корпорацията притежава Те Ве Е, Те Ве Е И (TVEI – TVE Internacional, Световна Испанска телевизия), Те Ве Е Те (TVET – TVE Temática, Тематична Испанска телевизия), Ре Не Е, Ре Те Ве, както и Институт официал де радио и телевизия (Instituto Oficial de Radio y Televisión, Официален институт за радио и телевизия) и Оркестра Синфоника и Коро де Ре Те Ве Е (Orquesta Sinfónica y Coro de RTVE, Симфоничен оркестър и хор към Ре Те Ве Е).

Общественият оператор Радио Насионал де Еспаня (**RNE, Radio Nacional de España**, Национално радио на Испания) е създаден през 1937 г. в Саламанка. В началото радиото е с пропагандна цел от държавното управление по време на Гражданската война, а по-късно и от Франсиско Франко.

От 1989 г. Ре Не Е представя своята програма чрез шест канала: „**Радио 1**“ (Radio 1, Първи канал), който е с разнообразно тематично и информационно съдържание, Радио Класика (Radio Clásica), която е наричана и Радио 2 и който излъчва основно концерти и класическа музика, Радио 3 (Radio 3), което има музикално и културно съдържание, Радио 4 (Radio 4), излъчва на каталунски език и програмата е насочена за каталунската област, Радио 5 тодо нотисиас (Radio 5 Todo Noticias), предлага 24 часа новини и Радио Екстериор де Еспаня (Radio Exterior de España), което излъчва предавания за чужбина – това е първата станция, която предава на къси вълни програма на испански език, има около 80 млн. слушатели и третата в света по слушаемост след Би Би Си и Радио Ватикана.

За разлика от националната телевизия, която се финансира от потребителски такси и реклами, националното радио е изцяло зависимо от потребителските такси и не излъчва никакви реклами.

Телевизионното излъчване в Испания стартира през 1956 г. от студио в Мадрид, въпреки че по това време телевизионните приемници са твърде скъпи и аудиторията е относително малобройна (главно от средите на поддържниците на Франко). През 1973 г. испанската телевизия **Телевизион еспаньола** (TVE, **Televisión Española**, Испанска телевизия) се слива с радио оператора в Ре Те Ве Е. Няколко години по-късно медията получава институционална независимост.

---

<sup>216</sup> [www.rtve.es](http://www.rtve.es)

В началото програмата на Те Ве Е започва в 20.30 часа с религиозна церемония, а след това излъчва речите на управляващите канала и на министъра, документален филм и с музикална програма. Цялата емисия е продължава около 3 часа. По това време каналът е приеман само в Мадрид и околностите му, малко по-късно обхваща и Барселона, а от 60-те години вече е достъпен във всички големи градове в страната.

Телевизионното излъчване става цветно през 70-те години. След смъртта на Франко постепенно се увеличава програмното време, започват да се предават сериали, футболни мачове, музикални фестивали.

Те Ве Е стартира своя първи канал Те Ве Е 1 (TVE 1) или както е наричан Ла примера (La Primera) през 1956, а вторият – Те Ве Е 2 (TVE) или **Ла дос** (La Dos) през 1966 г. До 1980 г. това са и единствените телевизионни канали в страната.

В последствие националната телевизия започва да излъчва още няколко канала: Те Ве Е Интернационал (TVE Internacional, Световен Те Ве Е), който излъчва за чужбина, Канал 24 орас (Canal 24 Horas, Канал 24 часа), който стартира през 1997 г. и излъчва основно новини, Теледепорте (Teledeporte, Телевизионен спорт), Доку Те Ве Е (Docu TVE), представя документални филми и поредици, Канал Класико (Canal Clásico) за класическа музика, Клан Те Ве Е (Clan TVE) с детски програми и Те Ве Е 50 аньос (TVE 50 Años, Те Ве Е 50 години, преди наричан Canal Nostalgia – Канал Носталгия), които излъчват на обща честота.

Регионалните канали също са управлявани от обществени компании, които принадлежат на някои от 17-те автономни области в страната.

**Баска радио и телевизия**<sup>217</sup> (**Euskal Irrati Telebista**, **ЕТВ** или **EiTB**) е общественият оператор на баска област, който започва да излъчва от 1983 г. Контролира 4 телевизионни канала: ЕТВ-1, ЕТВ-2, чийто програми са на испански език, ЕТВ Sat, който се разпространява чрез сателит за цяла Европа, Canal Vasco, който е ориентиран към САЩ и 5 радиостанции: Euskadi Irratia, Radio Euskadi, Radio Vitoria, Euskadi Gaztea и Radio EiTB Irratia.

**Каталунската корпорация за радио и телевизия**<sup>218</sup> (**Corporació Catalana de Ràdio i Televisió**) е общественият оператор на област Каталуния. Той е основан през 1983 г. от местното управление (Generalitat de Catalunya), а финансирането е смесено – от средства на управлението и от реклама. През същата година започват да излъчват Каталунското

---

<sup>217</sup> [www.eitb.com](http://www.eitb.com)

<sup>218</sup> [www.ccrtv.cat](http://www.ccrtv.cat)

радио<sup>219</sup> (Cataluña Ràdio), което представлява радио мрежа и има общо 4 радиостанции – Каталуня радио (Cataluña Ràdio), Каталуня Мусика (Cataluña Música), Каталуня Информасио (Cataluña Informació) и И Кат Еф Ем (iCat fm) и Каталунската телевизия<sup>220</sup> (Televisió de Cataluña). Тя също има няколко канала: Те Ве 3 (TV3), Канал 33 (Canal 33), който излъчва културни и спортни програми, Канал К3 (Canal K3), ориентиран към детска и младежка аудитория, 3/24, който представя новини, както и дигиталния канал 300 и сателитния Ти Ви Си (TVCi).

Радио и телевизия на Андалусия<sup>221</sup> (Radio y Televisión de Andalucía, RTVA) е общественият оператор на област Андалусия. Той включва радио мрежата Канал Сур Радио (Canal Sur Radio) и два телевизионни канала Канал Сур Ти Ви (Canal Sur TV) и Канал 2 Андалусия (Canal 2 Andalucía).

Радио и телевизия на Валенсия<sup>222</sup> (Ràdio i Televisió Valenciana) е общественият оператор на област Валенсия, чийто основни канали са радио и телевизионните канали Канал 9 (Canal 9).

Радио-телевизионната компанията на Галиция<sup>223</sup> (Compañía de Radio-Televisión de Galicia, CRTVG) е общественият оператор на област Галиция. Поддържа радио каналите Радио Галега (Radio Galega), Радио Галега Мусика (Radio Galega Música) и Сон Галисиа Радио (Son Galicia Radio) и телевизионните канали Ти Ви Ге (TVG), Ти Ви Ге 2 (TVG 2), Ти Ви Ге Еуропа (TVG Europa) и Ти Ви Ге Америка (TVG América).

Съществува и регионалната телевизия Телемадрид<sup>224</sup> (Telemadrid), която е основана през 1989 г. от общината на Мадрид.

От 1989 г. в испанския телевизионен ефир излъчват и четири национални частни телевизионни канала.

С най-голяма популярност се ползва **Антенa 3**<sup>225</sup> (Antena 3, Антенa 3), която е част от едноименна телевизионна мрежа. Собственост е на компанията „Антенa 3 де телевизион“ („Antena 3 de Television, S.A.“), която освен в областта на телевизията, оперира и в областта на радиото и киноиндустрията. Телевизионният канал е създадена през 1990 г. В компанията основни дялове имат испанският мобилен оператор „Теле-

---

<sup>219</sup> [www.catradio.cat](http://www.catradio.cat)

<sup>220</sup> [www.tvc.cat](http://www.tvc.cat)

<sup>221</sup> [www.canalsur.es](http://www.canalsur.es)

<sup>222</sup> [www.rtvv.es](http://www.rtvv.es)

<sup>223</sup> [www.crtvg.es](http://www.crtvg.es)

<sup>224</sup> [www.telemadrid.es](http://www.telemadrid.es)

<sup>225</sup> [www.antena3.es](http://www.antena3.es)

фоника“ („Telefónica“) и компаниите „Планета-Де Агостини“ („Planeta-De Agostini“) и „Ер Те Ел Груп“ („RTL Group“). Програмата залага на комедийни сериали и реалити шоу, игри, спортни предавания и излъчване на футболното първенство на УЕФА.

Сред другите телевизионни канали на компанията са **Антена.неокс (Antena.neox)**, чието съдържание включва детски предавания, филми и спортни предавания и **Антена.нова (Antena.nova)**, който е ориентиран към женската аудитория.

**Куатро**<sup>226</sup> (**Cuatro**, Четири) е съвместна собственост на компанията „Сохекабле“ („Sogecable“), чийто дялове се държат от френския концерн „Канал+“ („Canal+) и „Групо Приса“, собственик на всекидневника „Ел Паис“. Каналът е създаден в края на 2005 г.

**Телесинко**<sup>227</sup> (**Telecinco**, Теле-пет) е смесена собственост, като по-големият дял се държи от италианската компания „Медиасет“ („Mediaset“) на Силвио Берлускони. Телевизионният канал е създаден пред 1990 г. и е първият частен канал в Испания. Съдържанието представя популярни сериали, филми, игри, реалити шоу програми (например испанската версия на „Биг Бродър“).

**Ла Секста**<sup>228</sup> (**La Sexta**, Шести) е създаден през 2006 г., първоначално само в градовете Мадрид и Барселона, по късно излъчването покрива вече около 85 % от територията на страната. Програмното му съдържание е идентично с това на останалите частни канали.

## ИНФОРМАЦИОННА АГЕНЦИЯ

Върху медийното съдържание на испанските медии съществено влияние оказва и информационната агенция на Испания **ЕФЕ**<sup>229</sup> (**EFE**). Създадена е през 1939 г. от Рамон Серано Сунер и Мануел Аснар Сибигарау. Сега е най-голяма испаноезична мултимедийна агенция и четвъртата в света след „Асошиейтед прес“, „Юнайтед прес интернешънъл“ и „Ройтерс“.

---

<sup>226</sup> [www.cuatro.com](http://www.cuatro.com)

<sup>227</sup> [www.telecinco.es](http://www.telecinco.es)

<sup>228</sup> [www.lasexta.com/](http://www.lasexta.com/)

<sup>229</sup> [www.efe.com](http://www.efe.com)



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Съдържателното, езиковото и форматното разнообразие на испанските медии показват добрата степен на развитие на испанския медиен пейзаж. Със своята богата журналистическа история, с използваните европейски и национални традиции, испанската журналистика е сред водещите в европейското пространство и е модел за латиноамериканския медиен свят.

### Литература

- Дейвис, Н. Европа. История, 2005, Абагар Велико Търново.  
Енциклопедия Larousse. Тема Медии, С., 2000, Icon.  
Западна Европа, Ч.2: Гърция, Италия, Испания, С., 1999, Гамма.  
Кортасар, Ф. Г., Х. М. Гонсалес Весга, Кратка История На Испания, С., 2005, Рива.  
Беспалова, А.Г., Е.А. Корнилов, А.П. Короченский, Ю.В. Лучинский, А.И. Станько, История мировой журналистики, Москва – Ростов-на-Дону, 2003, Издателски център МарТ.  
Жиркова, Г.В. (ред.) Журналистика русского зарубежья XIX–XX веков, СПб., 2003, Изд-во С.-Петербур. ун-та.  
Зарубежная печать. Газеты, журналы, информационные агентства. М., 1986.  
История Печати, Том II., М., 2001, Аспект Пресс.  
Козлова, М.М. История журналистики зарубежных стран, 1999, Ульяновск, М-во общего и профессионального образования Российской Федерации, Ульяновский государственный технический университет.  
Михайлов, С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы, СПб., 2002, Изд-во Михайлова В.А.  
Тараненко, А. В. Журналистика Испании (От Истоков До Начала XIX Века), Москва, 2006, Камерон.  
Albarran, A. B. (ed.) The Handbook Of Spanish Language Media, 2009, Routledge.  
Anderson, P. The Francoist Military Trials, 2010, Routledge.  
Baldi, P., U. Hasebrink (Eds.). Broadcasters And Citizens In Europe, 2007, Intellect Ltd.  
Balfour, S. (ed.) The Politics Of Contemporary Spain, 2005, Routledge.  
Fulbrook, M. (ed.) The Short Oxford History Of Europe. Europe Since 1945, 2001, Oxford University Press Inc.  
Kaiser, W., J. Elvert (eds.) European Union. Enlargement, 2004, Routledge.  
Kamen, H. Age Spain, 2005, Palgrave Macmillan.

- Kelly, M., G. Mazzoleni, D. Mcquail. *The Media In Europe*. London, 2004, Sage.
- Pavlovic, Z., R. Hanks, *Spain*, 2006, Chelsea House.
- Rothenberg, G. E. *The Napoleonic Wars*, 1999, Cassell.
- Preston, P. *The Triumph Of Democracy In Spain*, 2005, Routledge.
- Smith, A. *Historical Dictionary Of Spain*, 2009, Scarecrow Press, Inc.
- Vincent, M. *Spain 1833–2002. People And State*, 2007, Oxford University Press Inc.
- Willams, K. *European Media Studies*, 2005, Hodder Arnold.

## 6: ИТАЛИЯ

*Мария Попова*

### ПЪРВИ ИЗДАНИЯ

„Мисля, че обликът на света не се променя и че той неизменно съдържа в себе си в еднаква степен и добро и зло. Това, което се променя – без обаче да се нарушава общата конфигурация, е съотношението на силите при могъщите държави, а това, което различава даден политически опит от друг, е неговата продържителност.“<sup>230</sup> Думите са на известния италиански философ Николо Макиавели и макар да са написани по друг повод, могат да бъдат използвани в опит да се обяснят част от историческите и социални процеси, които протичат в Италия през годините на нейното съществуване.

Своеобразното историческо пътуване започва с разширяването на обзелата половината видим свят Римска империя. Тогава Италия е държавата, която налага политическия и културен модел на света. Продължава с разпадането, даже заличаване на империята, която териториално и устройствено се раздробява на множество малки държави и градове, които се намират под влиянието на други империи – Свещената Римска империя на германските народи, Хабсбургска Испания, Хабсбургска Австрия, Франция. Нейното социално и икономическо съзряване, възплътено в представата за националното обединение в средата на 19 век, ѝ предоставя възможността да излезе от положението на европейска периферия и отново да стане важен европейски център. Всичко това може да бъде видяно като действителен модел, в рамките на който проследяването на историческите катаклизми, социалните трансформации и културното израстване представят образа на един реален европейски колос в областта на културните артефакти, но и на социалните противоречия.

Би могло да се твърди, че медиите в Италия имат две начала – началото на журналистиката в Древния Рим, която в много отношения се възприема като образец на европейската литература, философия и изкуство и появата на италианската журналистика през 17 век.

---

<sup>230</sup> Милза, П. История на Италия, С., 2007, Рива, с. 524

Сред предтечите на италианската журналистика, а и на журналистиката въобще, се посочват различни римски официални документи. Такива са „аналес максими“ („*annales maximi*“), които се появяват между 753 г. и 510 г. пр.н.е.; писани са от Висшия религиозен жрец – **Понтифекс максимус** (*Pontifex Maximus*, Велик Понтифик) и съдържат описание на случващото се в империята, по-запомнящите се и важни събития. От 1 век пр. н.е. започват да излизат правителствените документи „**Акта сенатус**“ („*Acta senatus*“, „Дела на Сената“) и „**Акта публика**“ („*Acta publica*“, „Обществени дела“). В тях се представя работата на римския Сенат, записват се водените парламентарни дебати, прави се списък на избраните консули, държавни чиновници, описват се важни политически и управленски събития, публикуват се приетите закони, има поместена и хроника на водените войни. За дълъг период от време тези документи служат като единствен източник за историята на Древния Рим. Постепенно „Акта публика“ започват да излиза всекидневно и съдържа информации от разнообразен порядък – сватби, съдебни процеси, изпълнение на смъртни присъди, социални събития. Популярността на правителствените документи е най-голяма по време на управлението на Юлий Цезар (между 101 и 44 г. пр.н.е.), когато започва да се публикува и официалният всекидневен документ „**Акта диурна попули романи**“ („*Acta diurna populi romani*“, „Всекидневни дела на римския народ“). В него се представят официалните решения на императора и на Сената, заемането на нови държавни и военни постове, даването на публични награди, сватби, жертвоприношения и всякакви други значими социални събития.

По желание на Юлий Цезар се разпространява още един официален документ „**Коментарииус рерум новарум**“ („*Commentarius rerum novarum*“, „Коментари за нови събития“), чийто тираж достига до над 10 хил. екз.

Интересно е, че още през 434 г. е установен официален статут на журналистиката като професия – това става в знаменития „Кодекс на Юстиниан“ (истинското му название е „**Корпус иурис сивилис**“, „*Corpus Iuris Civilis*“, „Свод на гражданското право“), който е блестящ пример за значението и мащабността на римското право и законодателство.

Към предтечите на журналистиката в Италия трябва да бъде посочена дейността и на средновековните католически монаси, чийто исторически хроники, макар и в повечето случаи анонимни, се приемат както за оригинални литературни произведения, така и за исторически източник за навиците на обществото по това време.

Особено въздействащи са ръкописните литературни текстове на различни италиански търговци (наричани „меркатори“, „mercatori“), в чийто писма и бележки, освен описание на търговската им, а често и манифактурна дейност, се правят наблюдения за действителността, за порядките и моделите на живеене в различните европейски райони, през които преминават икономическите им интереси. Подобни са т.нар. „**рикординци**“ („**ricordanzi**“, „възпоменания“) – своеобразни исторически хроники, сред чийто най-забележителни образци са тези на Лапо ди Джовани Николини, Джовани ди Морели, Бонакорсо Пити, Дино Компани и Джовани Вилани.

Върху италианското общество съществено влияние оказват развитието на науката и изкуството през Ренесанса. От днешна гледна точка това е времето, през което са създадени изключителни литературни и художествени произведения, които се приемат за безценни образци на световната култура. 14 век за Италия е векът на писатели като Данте Алигиери, който е първият италиански писател, започнал да използва говоримия италиански език в своите литературни произведения. Тогава твори очарователен поет като Франческо Петрарка, който създава своите изискани и хуманистични творби както на латинския, така и на народен италиански език. Подобно на него Джовани Бокачо също пише на народен италиански език и остава в историята най-вече със сборника си с разкази „Декамерон“ – блестящ с иронията, но и с точната си оценка на флорентинското общество от този период. Това е времето, когато се създават красиви и величествени църкви, а художници като Джото, Джовани Пизано, Донатело, Мазачо оставят изключителния си почерк в световното изкуство. Тяхното дело през 15 век е допълнено от гениалните произведения на художници като Леонардо да Винчи, който освен това е изключителен инженер, архитект, учен и философ, на Микеланджело и Тициан.

Масщабният разцвет на културата, активното меценатство от страна на аристокрацията и духовенството, пищността и разкошът през Ренесанса, обаче, са само едната страна от развитието на италианското общество. Другата е свързана със значимите промени в политическата карта на региона, породени от множеството войни между различните италиански държави, от претенциите за престол на някоя от тях, от търсенето на силни международни покровители, най-често в лицето на френските крале, от трайната намеса на папата в династичните и политически решения.

Опит за преодоляване на политическата нестабилност и военното противоречие и на породените от тях икономически проблеми пред-

ставява подписаният през 1454 г. мирен договор между Милано и Венеция. Чрез него не само се прекратява дългогодишна война помежду им, но и на тази основа по-късно е създадена Италианската лига между държавите на Апенинския полуостров. А това е един от първите опити за някакво териториално обединение. Активните търговски връзки най-вече между градовете-държави Венеция и Флоренция също се възприемат като форма на междудържавно сътрудничество. Именно Венеция има основната роля за прокарването на международни търговски контакти, които носят добри финансови постъпления, като тези с появилата се в средата на 15 век Османска империя<sup>231</sup>.

15 век е времето на Великите географски открития – Христофор Колумб от Генуа стъпва на брега на Антилските острови през 1492 г., Васко да Гама от Португалия достига до Индия през 1498 г. Но и на утвърждаването на големите европейски империи, на чийто териториални и дипломатически интереси, стават заложенници италианските държави – най-вече Испанската империя. Начело на нея застава Филип II (1556-1598), син на последния император на Свещената римска империя на германските народи Карл V (1500-1558). Благодарение както на най-добрата армия и флот в Европа, които притежава, така и на значимите колонии в Америка, с чийто богатства благоприятства развитието на европейската икономика, Филип II налага своята власт над голяма цяла от Европа – над създадената от испанските крале-католици Фердинанд Арагонски и Исабела Кастилска империя, чийто наследник се явява, над анексираните Португалия, Нидерландия, италианските кралства Неапол, Сицилия и Корсика, градовете Генуа, Тоскана, Парма.

Испанското управление в Италия продължава чак до 1713 г., когато, като резултат от Войната за испанското наследство, повечето от италианските държави попадат под управлението на Австрия.

По същото време едно друго значимо събитие преобръща социалното и културното пространство в Европа – появата на книгопечатането в Германия, което, вследствие на създадената от Йоханес Гутенберг печатарска машина, бързо се разпространява из европейските държави.

Първата книгопечатница в Италия е инсталирана през 1465 г. в манастир край Рим, а първата книга „Послание“ на Цицерон се отпечатва през 1468 г. Постепенно са създадени печатници не само в големите центрове като Рим и Венеция, (повече от половината книги в Италия излизат от Венеция), но и в най-малките италиански градове. Това води

---

<sup>231</sup> Османските турци превземат Константинопол през 1453 г. и разпростират европейския край на империята си върху целия Балкански полуостров. – б.м.

до рязкото нарастване на броя на отпечатаните книги и постепенното намаляване на цената им. Литературните произведения, които до този момент са достъпни само за най-просветените кръгове от обществото, започват да излизат в големи тиражи.

През този период в различните италиански държави се появява една нова професия – тази на преписвачите, чиято основна задача е създаването на ръкописни копия на разпространяваните по това време из цяла Европа хвърчащи листове с новини.

В Рим тези хвърчащи листове с новини са наричани „менанти“ („**menanti**“), във Венеция – „газетанти“<sup>232</sup> („**gazzettanti**“), както и „новеланти“ („**novellanti**“), „рапортисти“ („**rapportisti**“), „скритори дависи“ („**scrittori d'avvisi**“), в други области са известни като „корieri“ („**corrieri**“). Сред популярните названия са също „фолия дависи“ („**folia davvisi**“, „лист с новини“), „летере дависи“ („**lettere d'awisi**“, „писмо с новини“), „новела“ („**novella**“, „новина“), „релационе“ („**relazione**“, „релация“), „фолия воланти“ („**folia volante**“, хвърчащ лист с новини“), „фолия а mano“ („**folia a mano**“, „ръкописен лист“), „летература публицистика“ („**letteratura publicistica**“, „литературна публицистика“). Особеност на италианските листове с новини е това, че всеки от броевете е концентриран върху една значима новина (например рицарски турнир или откриването на Америка от Христофор Колумб), форматът им най-често е малък, някои от тях представят събитията в стихотворна форма (като песен или балада), включват се илюстрации и орнаменти.

Трябва да се отчита, макар че тяхното съдържание е разнообразно и да създава активно наблюдение на социалните промени, всички те съществуват в условия на значима цензура, която особено се засилва по време и след Реформацията. Изправена пред разпространението на протестанството в Западна и Северна Европа, пред религиозните борби в традиционни католически държави като Франция, римокатолическата църква засилва натиска си върху католическите общности. Нараства ролята на Светата инквизиция. Въпреки че сред италианските държави гоненията са по-малко в сравнение с други области, те остават в историята чрез значимите си образци – гоненията срещу философа, астроном и математик Джордано Бруно, който първи отстоява тезата за безкрайността на вселената и който е изгорен на клада през 1600 г. и срещу философа, астроном и физик Галилео Галилей, който става све-

---

<sup>232</sup> Думата „газета“ (от итал. *gazzetta*) се свързва със старинна венецианска монета от средата на 16 век, която се използва за закупуване на ръкописните хвърчащи листове с новини. – б.м.



товноизвестен със своята хелиоцентрична система и който е осъден на дългогодишен затвор.

Налагат се забрани и ограничения пред разпространението на хвърчащите листове с новини. Но макар папа Пий V и после папа Григорий XIII да приемат специални забрани, които отхвърлят издаването на всякакви ръкописни вестници, а професията на журналиста да е забранена, това не спира разрастването на журналистическата дейност и циркулирането на новините.

Така Амадоре Маси и Лоренцо Ланди създават първото периодично издание в Италия – седмичник, който излиза между 1636 г. и 1643 г., но подобно и на други издания като него няма собствено име.

Затова за първи италиански вестник се приема в. „Ил Синчеро“ („Il Sincero“, „Искрен“), която е издаван в Генуа от Лука Асарино от 1642 г. до 1682 г. – първоначално два пъти в месеца, а след това два пъти в седмицата в две напълно различни версии – за международни и местни новини. Почти по същото време печатни вестници<sup>233</sup> се появяват и в други италиански градове – в Рим, Милано, Болоня, Торино, Неапол.

Културното и социално развитие на италианското общество обаче е в противовес на слабите икономически показатели. Макар да има значим демографски прираст, по това време между страните на Апенинския полуостров се водят множество войни. Наблюдава се упадък, породен от слабата селскостопанска реколта, върлуващата чумна епидемия, различните природни катаклизми, нарастването на бандитизма, социалното разделение на обществото между много богати и такива, които живеят в мизерия. Стига се дотам, че някои италиански градове губят над 50% от жителите си.

В края на 17 век се има вторичната феодализация, при която натрупаните капитали от манифактурното производство и търговията се влагат в закупуването на евтина земя и създаването на големи поземлени имения. С цел обработването им, в някои райони, се стига и до връщане на крепостничеството. А това, в съчетание с лошата реколта и нарастващите цени на основните стоки, води до избухването на бунтове, особено в Южна Италия.

Началото на 18 век е белязано от един от най-значимите европейски военни конфликти – десетгодишната Война за испанското наследство, когато управляващият испански крал Карлос II умира през

---

<sup>233</sup> Думата „джиорнале“ (от ит. „giornale“, „вестник“) първоначално обозначава както периодични вестници, така и издания, които се публикуват веднъж или два пъти в седмицата. По-късно от нея произлиза терминът „журналистика“. – б.м.

1702 г. без да остави наследник и претенциите за испанския престол разделят водещите европейски държави на два лагера – от една страна са Франция и Бавария, а от друга – Англия, Нидерландия, Австрия и Португалия. В крайна сметка силите надделяват в полза на френския претендент – през 1713 г. с подписването на Утрехтския мирен договор за испански суверен е провъзгласен Филип V (1683-1746), внук на френския крал Луи XIV. В резултат на това голяма част от италианските държави (с изключение на Милано) минават под управлението на Австрия.

Сред разнородните италиански кралства и градове-държави се оформят и няколко по-силни и влиятелни. Такива са Папската държава, Венеция, Миланското херцогство, кралство Неапол, кралство Пиемонт-Сардиния, тосканската Държава на крепостите, а сред водещите в културно отношение са градовете Милано, Неапол и Флоренция.

Кралство Пиемонт-Сардиния, което по-късно получава централната роля в италианското обединение, има стратегическо положение, което се оказва благоприятно за неговото териториално разрастване. По време на Войната за испанското наследство херцогът на Савоя и суверен на Пиемонт Виктор Амадей II (1666-1732) застава на австрийска страна. В резултат на това получава Сицилианското кралство и част от Миланското херцогство. Австрийското влияние се простира върху останалата част от Милано, Сардиния, Неаполитанското кралство и испанска Нидерландия. През 1720 г. Савоя разменя с Австрия остров Сицилия за остров Сардиния. Така се създава кралство Пиемонт-Сардиния, което обединява земите на остров Сардиния, княжествата Пиемонт и Аоста, графство Ница и херцогствата Монферат, Савоя и Генуа. Столицата е разположена в град Турино.

В повечето от италианските държави има водещи и интересни издания, но през 18 век общественият интерес е насочен главно към енциклопедичното списание „Ил Кафе“ („Il Caffè“, „Кафене“), което съществува между 1764 и 1766 г. То е създадено от групата млади и модерно настроени милански аристократи – братята Пиетро и Алесандро Вери и Чезаре Бекария, които организират малък кръжок, наречен „И Пуньи“ („I Pugni“, „Юмруци“). Целта му е да подпомогнат развитието на науките, изкуствата и социалните порядки. Както и да се противопостави на академизма и консерватизма в италианската култура, които се подкрепят от консервативните и конформистки настроени представители на флорентинската академия „Ла Круска“. Макар да е културно издание, „Ил Кафе“ си поставя социални и политически задачи. Една от тях е формулирана от Вери в брой на вестника и е свързана с нацио-

налното обединение: „Нека всички станем италианци, ако не искаме да престанем да бъдем хора.“<sup>234</sup>

Сред основните конкуренти на списанието са литературният месечник „**Осерваторе**“ („**Osservatore**“, „Наблюдател“) и списанието „**Фруста литерариа**“ („**Frusta litteraria**“, „Литературен бич“), което се публикува между 1763 и 1765 г., първо във Венеция, после в Анкона. Зад него стои пиемонецът Джузепе Барети – противник както на консерватизма на „Ла Круска“, така и на крайния модернизъм на издателите на „Ил Кафе“. Всъщност Барети критикува цялостния италиански печат от това време и посочва ужасното положение, в което се намира италианската култура – подтискана както от чуждестранното господство, така и от църковната цензура. В текстовете си Барети се оказва почитател на друг важен милански вестник „**Гадзета ди Милано**“ („**Gazzetta di Milano**“, „Вестник на Милано“), която се ръководи от свещеника Джузепе Парини – един от най-важните интелектуалци от на втората половина на 18 век.

Промените в Европа, избухването на Великата френска революция през 1789 г. предизвикват по-слаба реакция в Италия. По-активен в прослава на френския републиканизъм е Филипо Буонароти, далечен потомък на Микеланджело, който живее в Корсика. От там издава вестник „**Л'Амико дела либерта италиана**“ („**L'Amico della liberta italiana**“, „Приятел на италианската свобода“), заради който през 1792 г. е назначен за комисар на област Корте. Италианските вестници и списания, които проявяват симпатията към френската революция, са относително малко – могат да бъдат споменати умерените „**Нотицие сул мондо**“ („**Notizie sul Mondo**“, „Световни новини“), който излиза във Венеция и „**Библиотека олтремонтана**“ („**Biblioteca oltremontana**“, „Отвъдпланинска библиотека“) в Пиемонт, както и по-радикалният „**Л'Амико дел popolo**“ („**L'Amico del Popolo**“, „Приятел на народа“) в Милано.

През 1798 г. се появява първият италиански всекидневен политически вестник „**Гадзета ди Дженова**“ („**Gazzetta di Genova**“, „Вестник на Генуа“), който през 1805 г. се обединява с друг политически вестник – „**Ла Гадзета ди Венеция**“ („**La Gazzetta di Venezia**“, „Вестникът на Венеция“).

Италианската територия се оказва притегателна цел за френските ръководители в опита си да излязат от международната изолация, в която попадат, след като половината европейски държави застават в коалиция, оглавявана от Великобритания и Австрия, срещу френската република. Френската Директория отговаря с дързък план на контра-

---

<sup>234</sup> Цит. съч., с. 610.

офанзива, който включва провеждането на три военни похода. Първият е насочен към Ирландия, от която да се предизвика революция във Великобритания, но който не е осъществен поради невъзможността френските кораби на акостират на британския остров поради силна буря. Вторият поход, който също остава без резултат, трябва да премине през Бохемия и Бавария в посока към Виена. Реализира се едва третият, чието ръководство е поверено в ръцете на генерал Наполен Бонапарт и който цели превземането на Италия, за да бъде разединена австрийската армия.

Походът на Наполеон през Италия започва от Ница през 1796 г., когато, макар и начело на малка армия, той успява последователно да присъедини към Френската република Ница, Кралство Пиемонт-Сардиния и Милано, а след това Парма, Модена, Неапол, Рим, Ломбардия и Генуа. Походът му се оказва изключително полезен за Франция, защото, според подписаното мирно споразумение с Австрия, Франция получава Белгия и Ломбардия, докато областите Далмация, Истрия, Венето и Венеция продължават да бъдат владение на австрийците.

Въпреки това ролята на Наполеон сред италианските държави не остава незабелязана. След оттеглянето му към Египет, на италианска територия се създават няколко нови републики по подобие на вече съществуващата френска. Това са Римската република, обявена през 1798 г. и Партенопейската<sup>235</sup> република от 1799 г., Цизалпийска република в Ломбардия, Лигурийска република в Генуа, република Лука, обединените с Франция Княжество Пломбино и Кралство Ертурия. Въпреки че тези републики имат слаба подкрепа сред местното население, според много изследователи именно те могат да бъдат определени като първия реален опит за наднационално италианско обединение.

След провъзгласяването на Наполеон за император, той отново отправя поглед към Апенинския полуостров. През 1801 г. Франция налага своята власт над по-голямата част от Италия. Различните италиански държави са административно обединени в Италианската република, която се състои от различни щати, по подобие на френските, въведени са също моделите на френската администрация и право, на значимия контрол върху пресата. Появяват се и два официозни всекидневника с републикански политически уклон като „**Осерваторио дела Република Италия**“ („**Osservatorio de la Republica Italiana**“, „Преглед на италианската република“) и „**Кориере Милано**“ („**Corriere Milano**“, „Куриер на Милано“).

---

<sup>235</sup> Партенопе е старото име на Неапол. – б.м.

През 1805 г., след обединяването с областите Далмация и Венето, Италианската република е преобразувана в Италианско кралство, а за вицецрал е назначен доведеният син на Наполеон от Жозефин – Йожен дьо Боарне, който трябва да управлява страната при пълно спазване на заповедите от Париж. Или както изследователите посочват: „Ако Милано е в пламъци, ще му каже неговият втори баща, и ви трябва нареждане, за да потушите пожара, по-добре оставете Милано да изгори, но изчакайте това нареждане.“<sup>236</sup>

През същата година Наполеон превзема и Кралство Неапол, начело на което застава по-големият му брат Жозеф. След като той е провъзгласен за крал на Испания, за суверен на Неапол е назначен неговият зет Жоаким Мюра. При все френския си произход и чуждестранно влияние, и двамата крале имат подкрепата на местното население. Първият приема конституция, която обаче не влиза в сила, а вторият постепенно заменя френските министри с италиански.

Особено тежко е положението на Папската държава, която е премахната през 1809 г., отнета е светската власт на тогавашния папа Пий VI е, а самият той умира във френски затвор през 1814 г.

Така само няколко години след похода на Наполеон в Италия от съществуващите дотогава 10 държави на картата остават едва три – Франция, кралство Италия, също под управлението на Наполеон и кралство Неапол, управлявано от Мюра.

Това своеобразното обединение на Италия приключва с края на империята на Наполеон. След Виенския конгрес през 1815 г. на Апенинския полуостров е възстановено разнородното от държави, повечето от които отново са под австрийско влияние. Въпреки това се наблюдават промени във вътрешнополитически и социален план – политическите очаквани са значително по-големи, особено след като новата власт възстановява старите административни и политически порядки. Това предизвиква активната съпротива на буржоазията, като най-активна е либералната опозиция в областите Ломбардия-Венето, Тоскана и Пиемонт.

От друга страна изчезването на стриктния френски контрол върху печата и словото води до нов разцвет на пресата. Именно в печата, в новопоявилите се научните и литературни списания се обръща все по-сериозно внимание на темата за обединението на Италия, за по-голяма политическа свобода. Идеята за Рисорджименто<sup>237</sup> постепенно се превръ-

---

<sup>236</sup> Цит. съч., с. 669.

<sup>237</sup> Рисорджименто (от ит. Risorgimento „Възраждане“) е политическо и социално движение, което цели обединяването на италианските държави в една

ща във водеща и прераства в цялостно политическо и обществено движение. Появяват се и различни безплатни всекидневни и седмични издания, които са издавани от управляващите кръгове с пропагандни цели.

Голямо разпространение има и нелегалният печат с патриотичен характер – вестници като „**Деи Пополи**“ („**Dei Popoli**“, „Народите“), „**Джустития е Либерта**“ („**Justicia e Liberta**“, „Справедливост и свобода“). Те утвърждават позициите на революционните движения, които са особено активни в периода между 1820 и 1821 г. – вълнения има в Неапол, Сицилия, Палермо, Пиемонт.

Революционната вълна отново се активизира след избухването на Парижката революция през 1830 г., когато е издигнат лозунгът за „свободна, независима и републиканска“ Италия. Следват бунтове в още италиански градове, а в Рим е обявено създаването на Обединените италиански провинции.

Разпространяването на новата политическа култура и социалните искания се прокарват на страниците на либералните издания като миланския в. „**Ил Кончилиаторе**“ („**Il Conciliatore**“, „Помирител“), основан през 1819 г., на който сътрудни Силвио Пелико и флорентинското сп. „**Л'Антолоджия**“ („**L'Antologia**“, „Антология“), създадено през 1821 г. от протестанския предприемач от швейцарски произход Вийосьо по модела на английските литературни списания. „Л'Антолоджия“ бързо се превръща в място, където по-радикалните либерални водачи като генерал Пепе, Карло Поерио, Масимо д'Азелио, Джузепе Монтани, по-умерените като Азелио и Джино Капони, както и революционери като Джузепе Мацини, могат да дискутират проблемите на националната култура и литература. А социалните неволи и политическите цели са обект на обсъждане в оформения около списанието интелектуален и дискуссионен кръг „Научен и литературен кабинет“. „Л'Антолоджия“ е забранено от правителството през 1833 г., но през 1841 г. Вийосьо започва да публикува ново списание „**Архивио сторико италиано**“ („**Archivio Storico Italiano**“, „Архиви на италианската история“), в което, чрез тезите и доводите на италианските историци, се създава представата за националното единство, което стои отвъд границите на настоящите италиански държави.

Именно чрез страниците на литературните и политическите издания в периода след 1830 г. и особено след 1840 г. общественото мнени-

---

обща национална държава, изграждането на италианска нация. Приема се, че процесът започва през 1815 г. и завършва през 1871 г. с обявяването на Рим за столица на Италия, въпреки че формирането на национално обвързване продължават до края на Първата световна война. – б.м.



ние, което до този момент не е наясно с идеалите за свобода, отхвърляне на чуждото влияние, национално обединение, започва да ги приема като неотменна цел на своето социално развитие. Сред тези издания са **„Анали Универсали де Статистика, Економиа, Политика, Стория, Виаджио е Комерчо“** („**Annali Universali de Statistica, Economia Politica, Storia, Viaggio e Commercio**“), „Общ летопис на статистиката, икономиката, историята, пътуванията и търговията“), което е публикувано в Милано от Джандоменико Романьози и **„Прогресо деле Шиенце, Летере е Арт“** („**Progresso delle Scienze, Lettere et Art**“), „Напредък на науката, литературата и изкуството“), основано в Неапол от Джузепе Ричарди.

Гражданите на различните италиански държави са обединени в оформянето на своето национално съзнание и чрез други културни средства като литературата (особено популярните тогава романи, поетични и есеистични текстове), изобразителното изкуство, театъра, музиката. Според различни изследователи сред ключовите фактори на италианското обединение може да се посочат „патриотичните“ опери на Джузепе Верди, които предизвикват интереса на публиката не само с красотата на музиката си, но и с политическите искания, заложен в либретата.

Постепенно политическите възгледи се оформят в две основни политически движения – свободно-консервативното, което се стреми към обединение на народите чрез просветителска и нравствена дейност и демократически-революционното, което е създадено от млади италиански интелектуалци, които залагат на идеята за всеобща революция. Сред най-известните представители на второто движение е Джузепе Мацини.

---

**Джузепе Мацини** (1805 – 1872) е италиански патриот, философ и политик, журналист, спомага за обединението на Италия. Роден е в град Генуа, който по това време част от Кралство Пиемонт-Сардиния. Баща му Джакомо Мацини е професор в местния университет по анатомия и физиология, привърженик на янсенизма, а майка му е ревностна католичка. Завършва право в университета в Генуа и работи като „адвокат на бедните“. По това време се изявява и като литературен критик, сътрудничи на в. **„Л’Индикаторе Дженовезе“** („**L’Indicatore Genovese**“), „Показателят от Генуа“). Свободомислието му не се харесва на управляващите, поради което Мацини е принуден да напусне страната. Първоначално се установява в Женева, а от 1831 г. живее в Марсилия. Там бързо става популярен сред италианската емиграция, особено след като създава тайното политическо движение **„Ла Джиоване Италия“** („**La Giovane Italia**“, „Млада Италия“), както и основава вестник със същото име. Създател е и на още няколко издания като в. **„Италия дел Пополо“** („**Italia**



**del Popolo**“, „Народна Италия“), който излиза в Милано, в. „**Апостолато По-поларе**“ („**Apostolato Popolare**“, „Апостолство на народа“) и сп. „**Пенсиеро е Ационе**“ („**Pensiero e Azione**“, „Размисъл и действие“), които публикува в Лондон, при *по-късната си емиграция*.

През 1860 г. Мацини завършва книгата си „Довери дел’уомо“ („**Doveri dell’uomo**“, „Отговорностите на хората“), в която са обединени негови политически и социални текстове. Умира през 1872 г. Погребан е в Генуа, като на погребението му се събират над 100 хил. души.

Мацини е създател на няколко вестника, чрез които се опитва да популяризира идеите си. Първият „**Ла Джоване Италия**“ („**La Giovane Italia**“, „Млада Италия“) започва да отпечатва в Марсилия през 1831 г. Вестникът излиза под мотото „За Бога и народа“, пропагандира за морална, религиозна и политическа промяна, за обединяването на Италия като демократична република и се явява основно публично издание на тайното общество „Млада Италия“, създадено от Мацини. По това време в Италия има множество подобни конспиративни движения, които лесно печелят признание от различни социални кръгове.

В програмата на „Млада Италия“ Мацини пише, че тъй като двете основни пречки пред италианската свобода са съпротивата на принцовете и местният партикуларизъм<sup>238</sup>, напълно достатъчно е княжеската съпротива да се премахне чрез установяването на републикански режим, а партикуларизмът – чрез обединяването на страната. Според него осъществяването на обединението е само средство за осъществяване на мисията, която Бог възлага на всеки народ и чрез която този народ дава своя принос за прогреса на човечеството. Но тъй като народът не е готов да изпълни своята историческа роля, чрез просвещението, чрез словото и книгите трябва да се разбуни в двайсетте милиона италианци националното създание, така че в часа на въстанието всички те ще са готови да тръгнат срещу поробителите.<sup>239</sup>

След време Мацини стига и по-далеч в стремежите си – като застава зад представата за създаването на „третия Рим“, който трябва да се превърне в символ на отмиращата стара Европа, заменена от визията за ново братско обединяване на народите, през 1834 г. той формира и международен клон на движението си, наречено „Джоване Еуропа“ („**Giovine Europa**“, „Млада Европа“), в който обучава революционерите

<sup>238</sup> Партикуларизъм (от фр. и лат. Particularisme) – Стремех на отделни области на една държава за повече права, привилегии, преимущества и независимост от центъра – В: Речник на чуждите думи в българския език.

<sup>239</sup> Виж Милза, П. Цит. съч., с. 703.

от цяла Европа как да провеждат революционни действия в своите държави и да подпомогнат демократичните промени на континента.

Разбира се, по негово време има още няколко издания на италиански емигранти, които проповядват подобни тези. Такива са излизашите в Лугано в. „Трибуна“ („Tribuna“, „Трибуна“) и в Париж в. „Италиано“ („Italiano“, „Италианец“).

Въпреки това основната революционна фигура си остава Мацини, а движението и идеите му бързо печелят привърженици в различните италиански градове, главно в средите на дребната и средна буржоазия. По своята структура, която включва обединяването им в тайни клубове, движението му напомня тази на типичните политически партии, макар значително да ги предхожда във времето. В някои от градовете, като Милано например, местните членове надхвърлят три хиляди души, което активизира официалните власти и много от тях са преследвани, арестувани и убити, а други са принудени да емигрират в Европа и в Латинска Америка. Един от най-ярките му последователи е Джузепе Гарибалди.

---

**Джузепе Гарибалди** (1807-1882) е италиански революционер, писател, пълководец. Роден е в Ница, в семейството на моряка Доменико Гарибалди от Генуа. През младостта си работи като моряк на различни търговски кораби в Средиземно и Черно море и даже, едва 25 годишен, става капитан на кораб. През 1883 г. като част от екипажа на кораба „Клоринда“ посещава руския град Таганрог, където се запознава с политическия емигрант Джовани Батиста Кунео, член на тайното италианско движение „Млада Италия“, борещо се за отхвърляне на австрийската власт и обединение на италианските държави в рамките на обща република. Като член на „Млада Италия“ и симпатизант на Джузепе Мацини, Гарибалди участва в негов неуспешен заговор за въстание в Пиемонт през 1836 г., поради което е осъден на смърт и е принуден да емигрира във Франция.

През следващите години Гарибалди участва във военни конфликти в различни държави в Европа, Африка и най-вече Южна Америка. При първото частично обединение на Италия, той се връща в Италия, за да се включи във войната срещу австрийците, като създава доброволчески военни отряди, които са облечени в червени ризи. Известно време е депутат в парламента, след това участва в нови военни действия и даже лежи в затвора. Написва няколко исторически романи, които стават доста популярни. През 1870 г. участва като доброволец, заедно с двамата си сина, във Френско-пруската война. А през 1874 г. благодарна Италия му отпуска пожизнена пенсия.

Популярността на Джузепе Гарибалди като революционер оказва влияние и върху други европейски политически дейци, включително и върху българските революционери Георги Раковски и капитан Петко войвода, с когото

го свързва и лично приятелство. Дватама се срещат през 1866 г. и организират доброволчески отряд, в който влизат 220 италианци и 67 българи и с който участват в Критското въстание. Известно е и писмото, което Гарибалди изпраща до Българския революционен комитет в Букурещ през 1876 г. и в което пише: „Скъря, че не мога лично да участвам във вашите боеве. Пожелавам ви постоянство в святата ви мисия.“

Гарибалди умира през 1882 г. и е тържествено погребен на собствения му остров Капрера, който купува през 1855 г., разположен близо до Сардиния.

---

Самият Джузепе Мацини също е принуден да се премества в различни европейски държави, но не спира политическата и журналистическата си дейност. В Лондон създава втори вестник „**Апостолато популяре**“ („**Apostolato Popolare**“, „Народен апостроф“), а след връщането си през 1848 г. в Италия, за да участва в Първата война за независимост на Италия от австрийската империя и трети вестник – „**Италия дел Пополо**“ („**Italia del Popolo**“, „Народна Италия“). Той е резултат и от активната му дейност свързана с организирането на бунтове, особено след като влиза в съюзни отношение с италианските работнически движения.

През 1858 г. Мацини, отново в емиграция в Лондон, продължава дейността си със създаването на списанието „**Пенсиеро е Ационе**“ („**Pensiero e Azione**“, „Размисъл и действие“), а заедно с още над 150 италиански привърженици на обединението и независимостта на Италия подписва общ манифест срещу съществуващия по това време съюз между кралство Пиемонт-Сардиния и Франция, което довежда до избухването на Втората война за независимост на Италия.

Обединението на италианските държави е продължителен и противоречив процес. Въпреки че обществото постепенно приема идеята и участва във военните действия за нейното отстояване, които, освен това се оказват и средство за отхвърлянето на чуждестранното влияние, ръководителите на различните държави по-трудно застават зад нуждата от сливането си в обща управленска и административна цялост, още повече, че се налага тя да е под властта и авторитета на кралство Пиемонт-Сардиния.

От друга страна върху активизирането на процеса на обединение оказват влияние различни вътрешни и външни фактори. По това време италианските държави са в благоприятно икономическо положение, особено тези в Северна Италия, което стимулира политическата и социалната активност, духовното осъзнаване на обединителните тенденции, а и подобрява положението на пресата, която е освободена от драстична цензура и оказва важно социално въздействие. Това е особено видимо

в кралство Пиемонт-Сардиния, където се появяват някои нови издания като вестниците „**Месаджеро Торинезе**“ („**Messaggero Torinese**“, „Торински вестни“), който започва да излиза през 1845 г., „**Ла Патриа**“ („**La Patria**“, „Отечество“) с издател Риказоли, „**Л’Алба**“ („**L’Alba**“, „Зора“) с издател Джезепа ла Фарина и „**Ил Ризорджименто**“ („**Il Risorgimento**“, „Възраждане“), създаден от Балбо и Кавур.

Успоредно с това през 1848 г. в цяла Европа се наблюдават активни революционни вълнения, чийто върхов стимул се оказва избухналата в Париж революция.

Италианското пробуждане не остава незабелязано от Австрия. Австрийският канцлер Метерних разполага австрийска войска в някои от италианските градове, което, от своя страна, предизвиква протести сред италианското население. След свалянето на Метерних от власт, започват военни действия, които са съсредоточени в кралство Пиемонт-Сардиния. Мацини създава ново движение „Национално обединение“, разпускатки „Млада Италия“, а завърналият се от емиграция в Америка Гарибалди започва организирането на доброволни военизирани отряди от червеноризци. Кралството получава известна подкрепа от други италиански държави като Тоскана и Неапол, но тя не се оказва достатъчна и пиемонтският бунт е разгромен от австрийците.

Това не отчайва Пиемонт-Сардиния да предприеме контрадействия през 1850 г. Като водеща фигура в кралство се налага нейният министър-председател граф Камило Кавур, който вече се е утвърдил сред обществото в качеството си на издател на в. „Ил Ризорджименто“.

---

**Граф Камило Бенсо ди Кавур** (1810-1861) е италиански политик, държавник, журналист. Роден е в Турино, по това време част от Кралство Пиемонт-Сардиния. Първоначално се насочва към военна кариера – учи в Кралската военна академия, където е паж на престолонаследника Карл-Алберт (1798-1849), който впоследствие става и крал, но прекъсва през 1830 г., за да стане управител на семейното имение. Обикаля различни европейски държави като Швейцария, Франция, Англия, а след завръщането си в Пиемонт-Сардиния съдейства за модернизиранието на региона – спомага за прокарването на железница и е сред основателите на „Торинската банка“. Влиза в политиката през 1847 г., когато, за да пропагандира идеите си, основа, заедно с Чезаре Балбо, в. „Ил Ризорджименто“.

Граф ди Кавур има либерални разбирания и бързо печели политическа популярност – през 1848 г. е депутат в местния парламент, а две години по-късно вече е министър на земеделието и търговията. През 1852 г. става министър-председател на Кралство Пиемонт-Сардиния и остава на този пост до смъртта си през 1861 г., вече в качеството си на първи премиер на Италия. Оказва бла-

гоприятно политическо влияние върху страната – въвежда нова конституция, дава по-голяма власт на парламента, подобрява икономическото положение.

---

Обединяването на Италия е продължава с избухването на втора война между Пиемонт-Сардиния и Австрия през 1859 г. Италианците получават подкрепа от Франция, с която постепенно се сближават и даже участват на нейна страна в Кримската война. Макар че войната завършва с огромната касапница край италианския град Солферино, при която загиват 40 хил. души, от които над 17 хил. французи, тя дава пример за започването на въстания и в други италиански градове като Флоренция, Парма, Модена, Болоня.

Първоначално около Пиемонт се обединяват някои от държавите в Централна Италия, а след военната намеса на Гарибалди и армията му от доброволци-червеноризци, са привлечени и градове от Южна Италия.

Същинското обединение на Италия приключва в началото на 1861 г., въпреки че извън новата държава са област Венето, която продължава да принадлежи на Австрия и Рим, останал под опеката на Франция.

Начело на Кралство Италия застава Виктор Емануил II (1820-1878), който по-късно е наречен „Баща на отечеството“ и както летописите посочват, умира с думите „Италия я има“.

Действителният ръководител на кралството е министър-председателят Карвур, на когото, неслучайно, се приписват думите „Италия е създадена, остава да създадем и италианците.“ Макар Кавур да запазва териториалното разделение между областите, създадено още от Наполеон Бонапарт с организирането в отделни щати, той залага на тясна финансова и административна централизация, на обща военна повинност. Икономическата обезпеченост се гарантира от по-високи данъци, а социалното спокойствие – с полицейски контрол. Протести не липсват – особено в Сицилия, които са потушени от централните власти, но съпротивата избуява с нова сила в организирането на нови тайни общества.

Окончателното обединение на Кралство Италия е факт през 1870 г. с прибавянето на област Венето, което е върната от австрийците и с оттеглянето на французите от Рим. За столица на новата държава е обявен именно Рим, където се преместват кралският двор и светското управление.

Последвалото бързо развитие на политическия живот и почти неограничената свобода на печата, водят до появяват на нови издания. До този момент в Рим излиза единствено католическият вестник, „**Осерва-**

**тоpe Романо**“ („**Osservatore Romano**“, „Римски наблюдател“), орган на Ватикана, който е основан през 1861 г. с предимно религиозно съдържание.

Новите вестници се ползват с широката свобода, която заляга в приетия още през 1848 г. в Пиемонт-Сардиния либерален закон за печата, който става валиден и за обединена Италия. Неговото действие е по отношение на пресата, но и по отношение на другите печатни произведения като книгите и научните текстове. Включени се клаузи, според които при проблеми, обект на полицейско, съдебно и наказателно преследване са различните организации, които стоят зад изданието. Също така издателят, а не авторът се задължава да предава в прокуратурата по три екземпляра от изданията си, които се пазят както в прокуратурата, така и в местната и централната библиотека (за такава е определена библиотеката във Флоренция). Законът защитава властта като на съдебно преследване подлежат случаите, свързани с оскърблението на краля и членовете на неговото семейство, отхвърлянето на държавното устройство на страната (която е конституционна монархия), подстрекаването към класова борба, към гражданска война, към чуждестранна намеса в италианската политика и т.н. При доказване на някои от тези нарушения, вестниците се конфискуват, а авторите на статиите или редакторите (ако текстът е анонимен) се осъждат.

Аудиторията на вестниците обаче е ограничена, поради това, че по-голямата част от италианското население е неграмотно. Италианските журналисти рядко се подписват под текстовете, които публикуват във вестниците, а издателите не могат да разчитат на постоянен и значим финансов приход, защото рекламата не е добре застъпена на страниците. За разпространение се разчита не толкова на абонамент, а на ръчна продажба по улиците и кафенетата в градовете. Повече от половината от италианските вестници са зависими от субсидиите, които получават от правителството или от различни политически организации, търговски и банкови институции, а това се отразява върху медийното съдържание, което следва техните политически и икономически интереси. Въпреки това с голямо влияние се ползват италианските публицисти, които, благодарение на майсторството на перото си и силата на политическите и социални тези, зад които застават, оказват влияние не само върху общественото мнение, но и върху политическите си опоненти. Много от тях участват в управлението на страната като депутати. Значението, което имат за италианското общество, желанието им да създават качествена преса, ги подтиква да се обединят в централна организация,



наречена „Асоциация за печата“ („Associazione délva Stampa“), в която участват хиляди членове, представители на най-големите и финансово значими издатели и журналисти.

По това време в новата столица Рим популярни са не толкова политическите вестници, а многочислените малки издания, които не се отличават с богатство на съдържанието или актуалност на представяната информация, а с остроумен, хумористичен коментар на важните събития. Подобни вестници са „Капитан Фракаса“ („Capitan Fracassa“, „Капитан Фракаса“), „Дон Кишоте“ („Don Chisciotte“, „Дон Кихот“), „Фанфула“ („Fanfulla“).

Започват да излизат и много нови вестници като „Ил Трибуна“ („Il Tribuna“, „Трибуната“), „Ил Милъораменто“ („Il Miglioramento“, „Обновление“), „Ла Капитале“ („La Capitale“, „Столицата“), „Гадзета ди Рома“ („Gazzetta di Roma“, „Вестникът на Рим“), „Ла Гадзета дел Пополо“ („La Gazzetta del Popolo“, „Народен вестник“), „Нуова Рома“ („La Nuova Roma“, „Нов Рим“), „Пополо Романо“ („Popolo Romano“, „Народът на Рим“), както и новият официоз на Ватикана – „Воче дела Верита“ („Voce della Verita“, „Гласът на вярата“), който през 1906 г. е заменен от „Кориере д’Италия“ („Corriere d’Italia“, „Куриер на Италия“).

От провинциалните се отличават консервативният вестник от Милано „Ил Кориере дела Сера“ („Il Corriere délia Sera“, „Вечерен куриер“), вестниците от Турино – „Ла Стампа“ („La Stampa“, „Печатът“), „Гадзета дел Пополо“ („Gazzetta del Popolo“, „Народен вестник“), „Гадзета Пиемонтезе“ („Gazetta Piemontese“, „Вестникът на Пиемонт“), от Генуа – „Кафаро“ („Caffaro“, „Кафаро“) и „Секоло“ („Secolo“, „Век“), от Флоренция – „Национе“ („Nazione“, „Нацията“) и „Фиерамоска“ („Fieramosca“), от Венеция – „Адриатико“ („Adriatico“, „Адриатика“), от Неапол – „Ил Матино“ („Il Mattino“, „Утро“).

Сериозни промени се наблюдават и в политическо отношение, особено след като трайно се оформят политическите партии. Между 1870-1876 г. Италия е управлявана от коалиция от десни политически организации, известна като Историческата десница, начело на която стоят политици като Джовани Ланца и Марко Мингети, които последователно заемат премиерския пост и като Куантино Села, който е министър на финансите.

Проведените избори през 1876 г. дават шанс на левите сили, които образуват широка коалиция, наречена Историческата левица, в която на ръководни постове застават бивши членове на доброволческите отряди на Гарибалди, а за министър-председател е посочен Агосино Де-



претис. Въпреки колебливата си външна политика, управляващите създават условия за постепенно демократизиране на политическия живот в страната. Тяхната власт е наследена през 1887 г. от водача на крайната левица Франческо Криспи, също бивш член на „Хилядата гарибалдейци“, който с известни прекъсвания остава начело до 1896 г.

Криспи е основател и на италианската Радикалната конституционна партия, чийто официоз е големият всекидневник „**Ла Риформа**“ („**La Riforma**“, „Реформа“).

В началото неговото управление се отличава с прокарването на различни либерални закони, на значимо индустриално развитие, но покъсно създава модел за авторитарно ръководство, поради което някои изследователи приемат участието му в политическите процеси на страната като предтеча на последвалия италиански фашизъм.

Криспи остава в италианската история и с възторга си от германския канцлер Ото фон Бисмарк, въпреки че последният определя италианците като „гарвани, хранещи се с мърша, които причакват около бойните полета жътвата на смъртта“<sup>240</sup>.

В резултат на това, а и поради съперничеството между Франция и Италия за влияние върху африканската държава Тунис, между Германия и Италия се създават добри външнополитически взаимоотношения. През 1882 г. даже е подписан договор, въз основа на който е изграден Тройният съюз между Германия, Австро-Унгария и Италия. С него Бисмарк си гарантира подкрепа при война с Франция и Русия, а Италия се чувства достатъчно свободна да започне да провежда собствена експанзионистична политика в Средиземно море и Африка (най-вече в Тунис и Етиопия), макар опитът ѝ да се превърне в нова европейска колониална империя да е неуспешен.

Постепенно обаче страната се променя. В политическия, социалния и културния живот навлиза поколение, което не е участвало във войните за обединение на страната и което гледа на Италия през призмата на съвременните политически условия, на днешното европейско развитие.

През 1896 г. властта е дадена на Социалистическата партия, която предприема постепенно политическо и търговско сближаване с Франция. А между 1901 г. и 1914 г., с известни прекъсвания, Италия е оставена в ръцете на популярния крал Виктор Емануил III (1869-1947) и на един талантлив и популистски настроен политик като Джовани Джо-

---

<sup>240</sup> Цит. съч., с. 817.

лити. Неговата гъвкавост и политически усет го подтикват да създаде широка коалиция между политици от различни политически полюси, с което да си осигури подкрепата на значителен брой формации, но и да има готовност да ги унищожи, ако те застанат срещу политическите му планове.

Неговото управление се отличава с политическо спокойствие и нарастване на икономическата индустриализация на страната, със засилване дейността на италианското работническо движение, но и с културен разцвет.

На мода излизат нови философски течения като позитивизма, нараства интересът към италианската история, чийто възходи и падения са анализирани в значимите през периода исторически списания като „**Ривиста сторика италиана**“ („**Rivista Storica Italiana**“, „Италианско историческо списание“), което започва да се публикува през 1884 г. и „**Ривиста сторика ризорджименто**“ („**Rivista Storica Risorgimento**“, „Списание за италианското възраждане“), излизащо от 1899 г.

С влияние се ползват и идеалистическите тези на италианския философ и историк Бенедето Кроче, представител на неохегелианството, което той лансира в списанието си „**Ла Критика**“ („**La Critica**“, „Критика“), създадено през 1903 г. в Неапол.

Налага се традицията на италианския „бел епок“, сред чиито представители са писателите Алфредо Ориани и Енкрико Корadini. През 1903 г. те създават във Флоренция сп. „**Ил Реньо**“ („**Il Regno**“, „Кралство“), в опит да се противопоставят на нарастващия политически клиентелизъм, но и социалистически възход. Сходни позиции заемат писателите Джовани Папини и Джузепе Прециolini, които стоят зад списанията „**Ил Леонардо**“ („**Il Leonardo**“, „Леонардо“) и „**Ла Воце**“ („**La Voce**“, „Глас“).

За съжаление Италия не успява да реагира бързо на променящите се европейски условия през първите години на 20 век. Водена от собствения си национализъм и желание за империализъм, страната излиза от Тройния съюз след анексирането на Босна и Херцеговина от страна на Австрия-Унгария и търси дипломатическо сближаване с Русия, покрай която да разгърне колониалните си стремежи спрямо Триполитания и Киренайка<sup>241</sup>. Въпреки че по време на Първата световна война,

---

<sup>241</sup> Триполитания и Киренайка са области в днешна Либия, бивши гръцки и римски провинции, после част от Османската империя, а след Итало-турската война (Триполитанската война), състояла се между 1911-1912 г., стават колонии на Италия. Либия получава независимост едва след Втората световна война – б.м.

тя застава на страната на Антантата, слабата ѝ военна подготвеност я изправя пред трагични резултати след края на военните действия – огромен брой човешки жертви (750 хил. убити и близо 1 млн. ранени), унищожена икономика и финансови банкрути, остри социални и политически вълнения.

В политическия живот на страната се преплитат няколко линии, върху чийто основи се оформят управляващите коалиции. Това са Италианската народна партия, която представлява коалицията от либерали, умерени и радикали. Националната демократическа лига обединява християндемократите и е подкрепена от папата. От редиците на Италианската социалистическа партия, която следва политическите постулати на Ленин, израства, през 1921 г., крайнолявата италианска Комунистическа партия. Появата ѝ е резултат от финансовото и стратегическо подпомагане от страна на новия глобален играч – Съветския съюз. СССР всячески се опитва да клонира собствения си политически и икономически модел и в другите европейски държави посредством „тихи“ революции, провеждани от местните социалистически и комунистически организации. Италианските комунисти са агитирани чрез торинското списание „Л’Ордине нуово“ („L’Ordine Nuovo“, „Новият ред“), редактирано от Антонио Грамши.

Вътрешнополитическото противопоставяне, международният политически дисбаланс и най-вече икономическата безпътница се оказват поредицата от фактори, които отварят „кутията на Пандора“, от която излиза диктатът на италианския фашизъм и неговият германски наследник – нацизмът. Апологет на това течение става един италиански политик, закърмен в лоното на италианския социализъм, който след това копира, за да изгради собствена авторитарно-политическа и диктаторска рамка – Бенито Мусолини.

---

**Бенито Мусолини** (1883-1945), с прозвището Дуче (Водач), е италиански политик, диктатор, който управлява страната между 1922 г. и 1943 г. като залага на стриктен държавен, политически и медиен контрол.

Роден е в семейство на начална учителка и общар с анархистични убеждения. Кръстен е на мексиканския национален герой Бенито Хуарес. След като завършва средното си образование, отказва да отбие военната си служба и затова емигрира в Швейцария, където преживява като скитник, движи се предимно в социалистическите и работническите среди и даже е арестуван за сблъсъци с полицията. Завръща се в Италия през 1904 г. и след отбиване на военна служба, започва работа като учител, но и продължава политическата си активност като член на италианската Социалистическа партия, за което също е арестуван. Работа като директор на различни социалистически вестници –

първо на в. „**Ла Лота ди класе**“ („**La Lotta di Classe**“, „Класова борба“), а след едногодишния си престой в затвора за организирането на акция срещу Италотурската война и на големия милански всекидневник „**Аванти!**“ („**L'Avanti!**“, „Напред!“).

Несъгласен с първоначалния неутралитет на Италия през Първата световна война и воден от надигащата се националистическа вълна в страната, Мусолини напуска Социалистическата партия и основава нов в. „**Ил Пополо д'Италия**“ („**Il Popolo d'Italia**“, „Народът на Италия“), чрез който прокарва собствените си политически възгледи. Участва във войната с Австро-Унгария, а след това и с Германия, където е ранен и след като се възстановява е освободен с чин ефрейтор.

Във вестника си Мусолини прокламира създаването и на първото „фашо“ – политическо движение, въз основа, на което, през 1921 г. е създадена италианската Фашистка партия. Като се опира на социалистическата реторика и добавя националистическо съдържание, Мусолини създава стройна идеология, която умело проповядва. За това му помагат добрите му ораторски умения, личната му харизматичност, а и блестящи образни представи, зад които застава. През първите години те са създадени от бащата на италианския футуризъм – поета Маринети. Той добавя в редакторския кабинет на Мусолини черно знаме с череп и кости, на бюрото му има пистолет и различни саморъчно направени бомби, а на стените са изписани фрази като: „Всички мъже са идиоти. Някои са забавни идиоти. Опазил ме бог от досадни идиоти.“<sup>242</sup>

През 1921 г. Мусолини се включва в управлението на страната с участието си в коалиционен кабинет, а между 1924 и 1926 г. успява да осъществи процес на налагане на фашистката диктатура. Много от политическите му поддръжници от традиционните партии са принудени да емигрират, а други предприемат подривна дейност, като организират поредица от атентати, които също се използвани от Мусолини с пропагандна цел. Един от запомнящите се е от 7 април 1926 г., когато при произнасянето на реч на Седмия международен конгрес на хирурзите в Рим, ирландска атентаторка стреля срещу Мусолини в опит да го убие. Той е леко ранен и още същия ден, с превръзка на лицето, произнася слово пред ръководството на Фашистката партия и министри от кабинета си. В него казва, че италианците вече живеят в условията на фашистка държава, в която фашистите контролират политическите, икономическите и моралните сили. Неслучайно за мотото на живота си Мусолини избира думите „Живей опасно“, защото, както пламенно твърди: „Ако напредвам – следвайте ме; ако отстъпвам – убийте ме; ако умра – отмъстете ме.“<sup>243</sup>

Образът на Мусолини е издигнат в култ – например в ръководството за фашистките милиционери се казва, че Мусолини винаги е прав, в устава на

---

<sup>242</sup> Виж Wikipedia: <http://bg.wikipedia.org/wiki/>

<sup>243</sup> Пак там.

партия се споменава, че тя е създадена по заповед на Дучето, за да служи на фашистката държава, децата учат от учебници, в които пише, че трябва да вярват в гения на Мусолини, който е призван да възроди величието на Римската империя и да направи Рим световна столица.

Сближаването на Мусолини с Хитлер и военното сътрудничество между Италия и Германия спомагат за международния му възход, но след като Антифашистката коалиция обръща хода на Втората световна война, през 1934 г. Мусолини е свален от власт, а през април 1945 г. партизанският полковник Валерпо го застрелва във вилата му заедно с любовницата му и трупите им са публично изложени в Милано.

Може да се твърди, че влиянието на Мусолини върху общественото мнение, ораторските и аналитичните му способности, умението му да владее общественото внимание в известна степен се дължат и на журналистическата му дейност. Името му се свързва със социалистическите вестници – „Ла Лота ди класе“, който управлява през 1912 г., за да се насочи към големия социалистически всекидневник „Аванти!“, чийто тираж бързо покачва от 20 хил. на 100 хил. екз. А след това и със собствения му вестник „Ил Пополо д’Италия“, който започва излиза в Милано през 1914 г.<sup>244</sup> Като мото на изданието служат мислите на Луи-Огюст Бланки: *„Който има меч, има хляб“* и на Наполеон: *„Революцията е идеята, спечелила щикове“*, които по-късно стават основни за политическата му идеология. Именно в този вестник Мусолини прокарва собствените си политически възгледи, които първоначално са свързани със стремежа му Италия да се включи активно в Първата световна война на страната на Антантата, защото според него: *„Неутралните никога не са доминирали събитията. Винаги са ги изтърпявали. Кръвта е, която пуска в движение кълтящите колела на историята.“*<sup>245</sup>

През 1919 г. отново чрез вестника Мусолини прокламира създаването на първото „фашо“<sup>246</sup> – „Fascio Milanese di combattimenti“ („Миланско бойно фашо“), което прераства в националната организация „Fasci italiani de combattimento“ („Италианско бойно фашо“).

---

<sup>244</sup> Вестникът излиза като издание на Фашистката партия до 1943 г. и е преоснован през 1998 г. от Джузепе Марторана, създател на настоящата крайно дясна партия Нуово Ордине Национале („Nuovo Ordine Nazionale“, „Нов национален ред“). – б.м.

<sup>245</sup> Виж Wikipedia.

<sup>246</sup> Думата „фашо“ („fascio“) означава „сноп“.- б.м.

В първите години на своето съществуване фашистите са маргинална организация, чиято дейност се изчерпва в организирането на подривни атаки срещу социалистическите и работнически клубове и редакциите на техните вестници. Действителното разрастване започва в края на 1921 г., когато официално е учредена Фашистка народна партия, бързо превърнала се в масова организация, а военизираните групи, облачени в черни ризи и наричани скуадристи<sup>247</sup>, изграждат своеобразна частна войска (фашистка милиция).

За Фашистката партия Мусолини твърди: „Нашата програма е проста: ние искаме да управляваме Италия“<sup>248</sup>. Сред исканията му са даване на изборителни права на всички италиански граждани, които имат навършени 18 години, включително и на жените, премахването на втората камара на италианския парламент – Сената, въвеждането на осемчасов работен ден и по-ранно пенсиониране – при навършени 55 години за мъжете и 50 години за жените, както и на осигуровки за болест и безработица, промяна в данъчната система, която да се опира на доходите, а също ограничаване привилегиите на религиозните организации, специални грижи за инвалидите от войната.

От 1922 г. пропагандната дейност е поета от създаденото философско списание „Джераркия“ („**Gerarchia**“, „Йерархия“) и включва зрелищни събития като прословутия „поход към Рим“, който Мусолини оглавява през октомври 1922 г.

Въпреки че организира демонстративни акции срещу социалистите и получава подкрепа на традиционните десни партии, на изборите през 1921 г. Фашистката народна партия печели едва 35 от 135 места в италианския парламент. Слабото ѝ парламентарно представяне обаче не пречи на краля да възложи на Мусолини да сформира поредния коалиционен кабинет, в който участват представители както на десните партии (либерали, католици, монархисти), така и фашисти.

На следващите избори през 1924 г., белязани от прояви на насилие и политическа саморазправа, но заставайки зад обществените страхове за надвисналата над страната большевистка опасност, фашистите вече са първа по влияние партия. Като се опира на контрола на Фашистката партия върху парламента и правителството, като и на съществуващите фашистки милиция и профсъюзи, през 1926 г. Мусолини успява коренно да промени политическата и социалната обстановка в страната.

---

<sup>247</sup> Скуадристи идва от „скуадро“ („scuadra“) – „отряд“, „група“, „екип“. Така е наричана и най-малката единица в армията на древния Рим. – б.м.

<sup>248</sup> Виж Wikipedia.

Приет е „Закон за защита на държавата“, с който са премахнати всички демократични структури в страната – забранени са партиите и профсъюзите, с изключение на фашистките, променена е парламентарната система, като е ограничено правото на гласуване на повече от половината граждани, овладяна е икономиката, администрацията – всички чиновници трябва да са политически благонадеждни, а чрез медийната пропаганда се контролират всички сфери на социалния живот – образованието, културата, армията.

Международното признание на Мусолини идва след създаването на оста Рим – Берлин през 1936 г. Въпреки че първата среща между фашиста Мусолини и националсоциалиста Хитлер през 1934 г. във Венеция не минава добре – Мусолини споделя впечатленията си за Хитлер като за „дребен агресивен човек, който не можел да се владее и вероятно е луд или лъжец, а германците ще разрушат фашистката идея“<sup>249</sup>, желанието им да властват над Европа и успехите на военната им сътрудничество по време на Втората световна война срещу останалите европейски държави временно ги сближават. Поредицата от загуби на Западния фронт и възходът на Антифашистката коалиция, обаче принуждават италианския крал Виктор Емануил III и папския двор да изоставят подкрепата си за фашисткия режим и да застанат начело на преврат за свалянето на Мусолини от власт през 1943 г., а той самият е убит две години по-късно.

На трябва да се забравя, че официалният отказ от режима идва след дългогодишната подривна дейност на италианската Съпротива, начело на която застава италианската Комунистическа партия. По нейна инициатива са създадени Групи за партизанска дейност, които са подкрепяни от европейските представители на Съпротивата. Невъзможността да се издават демократично ориентирани вестници в страната, поставя италианската журналистика в трудни условия. Поради това важна роля в антифашистката борба играе вестникът на Комунистическата партия „Унита“<sup>250</sup> („L'Unita“, „Единство“), който е създаден през 1924 г. от Антонио Грамши. През 1926 г. е забранено официалното му издаване и затова неговите редактори се принуждават да го отпечатват и разпространяват нелегално в продължение на 17 години до 1943 г. В момента вестникът е с тираж близо 50 хил. екз., въпреки че в годините на неговия възход през 70-те достига до близо 240 хил. екз.

---

<sup>249</sup> Виж Wikipedia.

<sup>250</sup> [www.unita.it](http://www.unita.it)



## СЪВРЕМЕННИ ВЕСТНИЦИ

Краят на диктатурата на Бенито Мусолини и приключването на Втората световна война, са логичен финал не само на политическия режим в страната и на нейното държавно устройство – след проведен референдум през 1946 г. крал Умберто II (1904-1983) е свален от власт и Италия се превръща в република, но водят и до постепенното демократизиране на политическия и социален живот, до икономическо съвземане.

Италия преминава през засилена индустриализация, за сметка на слабо развитие на селското стопанство, като сред водещите ѝ икономически сектори се налагат леката промишленост, автомобилостроенето, фармацевтиката, производството на машини, електрически уреди и най-вече туризмът. Също така Италия е сред държавите основатели на Европейския съюз, член е на ООН и НАТО, което значително повишава международния ѝ авторитет.

Много по-драматична е политическата обстановка. Познатото делене между политическите партии, опитите им да се задържат на власт чрез съставянето на широки коалиции продължава и в последните десетилетия на 20 век, въпреки че се оказват обединени около борбата си срещу фашизма и неговите проявления.

Първоначално влияние имат традиционните политически партии, възстановени след края на режима на Мусолини. Начело на Либералната партия застава Бенедето Кроче, а в редиците ѝ се оформят две политически течения, групирани около двата политически вестника на партията – „Джорнале“ („Giornale“, „Вестник“), основан през 1944 г. в Неапол от Кроче и отразяващ неговата идеологическа линия и „Ризорджименто либерале“ („Risorgimento Liberale“, „Либерално Възраждане“), който отразява възгледите на по-младите и модерностично настроени либерали.

Властта в Италия е поета Християндемократическата партия, чийто лидер Алчиде де Гаспери е министър-председател между 1945 г. и 1953 г. Благодарение на него Италия е включена сред европейските страни, които участват в американския план „Маршал“, а в първите следвоенни години икономическото ѝ съживяване зависи от доставките на САЩ. Въпреки че през 1948 г. губи и повечето от колониите си, финансови репарации, които са ѝ определени да плаща като страна загубила войната, са относително поносими.

Политическият живот се обновява и от появата на нови, в значителна степен, популистки настроени партии. Като такава може да бъде

определена лявата Партия на действието, която първоначално участва във властта, но и бързо приключва своето съществуване през 1947 г.

Друга популистка партия е Фронт на обикновения човек (*Fronte dell'Uomo Qualunque*), която е създадена през 1945 г. от бившия радиоводещ и писател Гулиелмо Джанини в опит да се изгради ново политическо пространство между популярното ляво – дясно деление и между наложените икономически модели на капитализма и социализма. Популярността на Фронта в значителна степен се дължи на влиянието на седмичника „*L'Uomo Qualunque*“ („Обикновеният човек“), издаван от Джанини в тираж от над 800 хил. екз., а след учредяването на партията, въздействието върху общественото мнение е допълнено и от всекидневника „*Buonsenso*“ („Здрав разум“). Фронтът също има кратък политически живот – едва до 1948 г.

Социалното и политическото съживяване създават благоприятни предпоставки за развитието на медийния пазар, на който бързо се налагат някои от вече съществуващите вестници, но се появяват и нови, за да отговорят на променените очаквания и интереси на медийната аудитория.

Като цяло се наблюдава регионализация, има едва 8 национално разпространявани всекидневника, като съществуващите над 170 вестника са собственост на малко на брой медийни компании. Това оказва влияние и върху тиражите на изданията, които в повечето случаи се движат между 100 и 250 хил. екз., значително по-малко в сравнение с останалите европейски държави. Има разлика и в медийното потребление, което е по-голямо в Северна Италия, за разлика от това в Централна и най-вече от това в Южна Италия. Средното потребление на вестници е около 119 екз. на всеки 1000 души<sup>251</sup>.

Макар, подобно и на останалите европейски държави, да няма значим политически печат, тъй като повечето от популярните вестници се определят като независими, сред партийните са социалистическите „Аванти!“, който е създаден през 1896 г. в Рим и „Верона дел Пополо“ („*Verona del Popolo*“, „Народна Верона“), комунистическият „Унита“, който се отпечатва в Милано, републиканският „Ла Воце републикана“ („*La Voce Repubblicana*“, „Републикански глас“), десният „Ил Темпо“<sup>252</sup> („*Il Tempo*“, „Време“), който е създаден през 1944 г. в Рим, а сред католическите – „Осерваторе Романо“<sup>253</sup> („*Osservatore Romano*“, „Римски наблю-

---

<sup>251</sup> Виж Енциклопедия Larousse Тема Медии, С., 2005, Icon.

<sup>252</sup> [www.iltempo.it](http://www.iltempo.it)

<sup>253</sup> [www.vatican.va/](http://www.vatican.va/)

дател“), „Осерваторе Католико“ („L'Osservatore Cattolico“, „Католически наблюдател“) от Милано, „Либерта Католика“ („Liberta Cattolica“, „Католическа свобода“) от Неапол и „Соле“ („Sole“, „Слънце“) от Сицилия.

Като по-разпространявани са също умеренолибералният в. „Ил Секоло XIX“ („Il Secolo XIX“, „19 век“), който е създаден още през 1886 г. и чийто тираж е около 100 хил. екз и либералният в. „Трибуна“ („Tribuna“, „Трибуна“), който е с тираж от 60 хил. екз.

Сред по-малките регионални са римските „Рома“ („Roma“, „Рим“), „Патриа“ („Patria“, „Отечество“) и „Пополо Романо“ („Popolo Romano“, „Римски народ“), вестниците от Палермо – „Джорнале ди Сицилия“<sup>254</sup> („Giornale di Sicilia“, „Вестник на Сицилия“), от Генуа – „Кафаро“ („Caffaro“, „Кафаро“), чийто тиражи са между 20 и 30 хил. екз.

За италианските вестници като цяло е характерно силното влияние на френските вестници, от които заимстват публицистичното начало и на английските вестници, от които моделират преобладаващото количество на новините и новинарските хроники. С предпочитание се използва и уводната статия като жанр – обикновено тя е с политически характер и е написана от водещия редактор, но е публикувана неподписана.

Повечето от обществените и културните лидери на италианското общество представят свои текстове в медиите, които се отнасят не само до социални теми и такива от областта на изкуството, но и до политическата обстановка в страната, до актуални въпроси. Въпреки че заплащането в италианските медии не е високо, журналистическата професия се ползва с авторитет и влияние.

Най-популярният и най-тиражният вестник в Италия е либералният „Кориере дела Сера“<sup>255</sup> („Corriere della Sera“, „Вечерен куриер“). Основан е в Милано през 1876 г. от Еудженио Торели Виолиер. Още в периода 1910-1920 г. вестникът се превръща в най-четения в страната и това не се променя и досега, когато тиражът му достига до близо 620 хил. екз. Собственост е на компанията „Ре Си Се Медия груп“ („RCS Media Group“ – „Рицоли Кориере дела сера Медия груп“).

Интересен факт е, че вестникът се помещава в една и съща сграда от началото на 20 век, поради което е известен и с името на улицата, на която се намира сградата – „Вестник Виа Солферино“<sup>256</sup> („Via Solferino gazzetta“).

---

<sup>254</sup> [www.gds.it](http://www.gds.it)

<sup>255</sup> [www.corriere.it](http://www.corriere.it)

<sup>256</sup> Солферино е област в Италия, в която през 1859 г. се провежда заключителната битка във втората война за независимост и обединение на Италия между кралство Пиемонт-Сардиния и Австрия. –б.м.

Собственост на компанията „Ре Си Се“ е и най-тиражният спортен вестник „**Ла Газета дело Спорт**“<sup>257</sup> („**La Gazzetta dello Sport**“, „Спортен вестник“). Основан е през 1896 г. с цел да отразява първите модерни олимпийски игри в Атина. Постепенно разширява информационния си спектър и даже се заема с организирането на колоездачната обиколка на Италия „Джиро“. Приеман е за едно от най-авторитетните спортни издания в Европа, което се отличава и чисто визуално, заради розовата хартия, на която се отпечатва. Тиражът му е 368 хил. екз. Заедно със съботното издание излиза и спортното списание „**Спортуик**“ („**Sportweek**“). Въпреки че във вестника са отразявани всички значими спортни теми, предимство имат новините свързани с футбола и особено тези за футболните отбори от Милано, където вестникът се публикува. На страниците му се представят и множество аналитични текстове, всекидневно е включвано и обширно интервю с известен спортист, както и разнообразни фотографии. Дългогодишен директор на „Ла Газета дело Спорт“ е Кандино Канаво, който през 2002 г. публикува книгата си „Una vita in rosa“ („Живот в розово“), посветена на журналистическата му дейност във вестника.

Сред другите популярни спортни вестници са издаваният в Торино „**Тутоспорт**“ („**Tuttosport**“, „Само спорт“), който акцентира в своите новини върху спортни събития свързани с Торино и издаваният в Рим „Ил Кориере дело Спорт“ („**Il Corriere dello Sport**“, „Спортен куриер“), приоритетно отразяващ спортните събития в столицата.

Сред важните и значими италиански всекидневници е и социалнолибералният „**Ла Стампа**“<sup>258</sup> („**La Stampa**“, „Пресата“), който е основан в Торино през 1867 г. под името „Газета Пиемонтезе“ („**Gazzetta Piemontese**“, „Пиемонтски вестник“). През 1895 г. вестникът е купен от Алфредо Фразати, който му дава настоящето име. Притежаван е от компанията „Фиат груп“ („**Fiat Group**“) и тиражът му е 309 хил. екз.

Центристкият всекидневник „**Ил Месаджеро**“<sup>259</sup> („**Il Messaggero**“, „Вестносец“) е основан през 1878 г. Това е най-популярният всекидневник в Рим и в Централна Италия, в чийто градове издава местни версии. Тиражът му е 230 хил. екз. Собственост е на компанията „**Калтаджироне Едиторе**“ („**Caltagirone Editore**“), която освен него притежава и центристкият всекидневник на Неапол „**Ил Матино**“<sup>260</sup> („**Il Mattino**“, „Утро“), създаден през 1892 г. с тираж от близо 80 хил. екз.

---

<sup>257</sup> <http://gazzetta.it>

<sup>258</sup> [www.lastampa.it/](http://www.lastampa.it/)

<sup>259</sup> [www.ilmessaggero.it/](http://www.ilmessaggero.it/)

<sup>260</sup> [www.ilmattino.it](http://www.ilmattino.it)

Тематичното и съдържателното разнообразие на италианската преса в значителна степен са повлияни от промените, през които преминава италианското общество във втората половина на 20 век.

Едната част от тях са свързани с активната икономическа конкурентноспособност на Италия, която между 1950 и 1963 г. показва по-добри икономически резултати спрямо останалите европейски държави, особено в областта на енергетиката (построени са няколко водни електроцентрали, както и започва извличането на петрол и газ), на металургията, химическата индустрия и автомобилостроенето (чрез икономическото развитие на италианските автомобилни гиганти ФИАТ, „Алфа Ромео“ и „Ланча“).

Другата част се отнася до обтегнатата политическа ситуация и възраждането на крайнодесните сили. Създадено е Италианското социално движение, в което участват бивши членове на фашистката партия. А Християндемократическата партия се разделя на две крила. Дясното, което е подкрепено от католическата църква, отхвърля реформистката политика водена от ръководството на партията и публично се противопоставя на възможностите за сближаване с Комунистическата партия и привържениците на Съпротивата. Лявоцентристкото крило обаче търси съдействие от левите партии. Неговите позиции са представени чрез миланския в. „Ил Джорно“<sup>261</sup> („Il Giorno“, „Денят“), който е създаден през 1956 г. и е с тираж от близо 70 хил. екз.

Обединяването на либералните и социалистическите сили все пак е факт и между 1963-1968 г. Италия се управлява от поредната коалиция, която предприема поредица от леви икономически мерки като реформи в социалната сфера, национализация на електрическите компании. Протичащата индустриализация обаче продължава да променя социално – демографските показатели – наблюдава се прираст на населението, но това е предимно от градски тип, селските райони изостават социално и икономически, а градовете не успяват да променят достатъчно бързо своето урбанистично устройство – новите граждани са принудени да живеят в периферни квартали с лоши битови условия, все неща, които вдъхновяват италианския писател Пазолини за романите му „Жесток живот“ и „Момчета“.

Сред по-новите италиански всекидневници е „Ла Република“<sup>262</sup> („La Repubblica“, „Република“), който е основан през 1974 г. в Рим от Еудженио Скалфари като лявоцентристко издание, първият италиан-

---

<sup>261</sup> <http://ilgiorno.it>

<sup>262</sup> [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it)

ски таблоид, който освен теми от обществения живот, има раздели за култура, бизнес и забавление. Тиражът му е 556 хил. екз. и е собственост на компанията „Групо едиториале Л'Еспресо“ („Gruppo Editoriale L'Espresso“), която освен него притежава още 15 провинциални вестника, 3 радиостанции, сателитни радио и телевизия и интернет доставчик.

Друг значим италиански вестник е дясноцентристкият „Ил Джорнале“<sup>263</sup> („Il Giornale“, „Вестникът“). Основан е в Милано през 1974 г. от легендарния италиански журналист Индро Монтанели, който напуска в. „Кориере дела Сера“, несъгласен с новия прогресивен политически курс. През 1977 г., вследствие на икономически затруднения, Монтанели е принуден да приеме финансиране от страна на Силвио Берлускони, който става издател на „Ил Джорнале“. Монтанели редактира и ръководи вестника до края на 1993 г., когато Берлускони влиза в политиката. Тогава решава да издава нов вестник „Ла Воче“ („La Voce“, „Гласът“).

---

**Индро Монтанели** (1909 – 2001) е италиански журналист, автор на исторически книги. Известен е като „бащата на съвременната италианска журналистика“. Той е сред популярните италиански международни журналисти, чуждестранен кореспондент със повече от 70 години стаж, който е интервюирал личности като Адолф Хитлер и Алберт Айнщайн.

Монтанели завършва право в университет във Флоренция, но започва кариера като журналист – първоначално в италианския в. „Ил Селваджо“ („Il Selvaggio“, „Яростен“), после в италианското сп. „Универсале“ („Universale“, „Универсален“), работи за френския в. „Пари-Соар“ („Paris-Soir“, „Париж-Вечер“) като кореспондент от Норвегия и Канада, сътрудничи на американската информационна агенция „Юнайтед Прес“ („United Press“). Професионално признание и медийна известност получава за работата си в най-тиражния италиански всекидневник „Кориере дела Сера“, за който отразява Италиано – абисинската война в Етиопия, Гражданската война в Испания (този път за в. „Ил Месаджеро“), Втората световна война, по време на която описва и Съветско – финландската война, конфликтите в Норвегия, Румъния, България, Гърция, Швейцария, Естония и Албания, Унгарските събития през 1956 г. През 1973 г. напуска в. „Кориере дела Сера“ и създава нов вестник „Ил Джорнале“, който също е принуден да напусне през 1993 г. след конфликт със собственика му Силвио Берлускони, за кого казва: „Той лъже, също както яде.“ Създател е и на още един вестник – елитарния „Ла Воче“ („La Voche“, „Глас“), който също напуска, за да се върне в „Кориере дела Сера“. От 1995 до 2001 г. оглавява страницата за писма на читателите, известна под името „Ла Станца ди Монтанели“ („La Stanza di Montanelli“, „Стаята на Монтанели“).

---

<sup>263</sup> www.ilgiornale.it



През 1977 г. е направен опит за покушение срещу него от терористичната групировка „Червените бригади“.

Монтанели е автор на повече от 100 книги, първата, от които излиза през 1935 г., а последната през 2001 г. Сред тях са публицистичната **„Против течението“** („La Stecca nel coro“), в която са включени статиите, публикувани във в. „Ил Джорнале“ в периода 1974-1994 г. и в която може добре да се види характерния за Монтанели директен журналистически стил, както и историческите книги „Неудачният живот на емигранта“, в която описва живота на руския публицист Александър Херцен, „Моят мъж Карл Маркс“, „История на Рим“, „История на Гърция“, „Гарибалди“, „Данте и неговото време“, повестта „Генерал Дела Ровере“, по която известният италиански режисьор Роберто Росселини заснема художествен филм.

---

През 1994 г. Силвио Берлускони продава „Ил Джиорнале“ на своя брат Паоло Берлускони и като издател се посочва компанията **„Сочиета Еуропа ди едициони“** („Società Europea di Edizioni“), а тиражът му е 192 хил. екз.

Протестната вълна, която обхваща Европа през 1968 г., намира отзвук и в много италиански градове, където има студентски бунтове, но води и до активизиране на крайнолявата партия Италианско социално движение, която предприема редица подривни дейности. От 1969 г. до края на 80-те години Италия буквално е залята от прояви на десен, но и на ляв екстремизъм, които са свързани с поредица от атентати, преврати, но и нещо още по-лошо – политически убийства. Те са дело най-вече на крайнолявата терористична организация „Червените бригади“. Крайнолевите членове са обединени около редакциите на две списания – **„Потере операио“** („Potere operaio“, „Работническа власт“) и **„Росо“** („Rosso“, „Червено“).

В публичен план най-голяма обществена реакция предизвиква убийството на лидера на християндемократите и пет пъти министър-председател Алдо Моро през 1978 г. Той е похитен от „Червените бригади“, които, за освобождаването му, искат да бъдат пуснати много от задържаните в затвора техни членове. След като правителството не се съгласява, Моро е убит. При отвличането му директорът на „Ла Република“ Еудженио Скалфари пише във вестника: „Ужасно е решението, което трябва да се вземе, тъй като става въпрос да се пожертва животът на един човек или да се сложи кръст на републиката. За огромно присърбие на демократите няма никакво съмнение какво решение трябва да бъде взето.“<sup>264</sup>

---

<sup>264</sup> В: Милза, П. Цит. съч., с. 1010-1011.



Сериозен социален и криминален проблем представлява разрастването на мафията в Сицилия. Започнала като поредната тайна организация в годините преди обединението, мафията се превръща в мощна корпоративна структура, която също се разпръва с политическите и икономическите си противници с публични убийства. В опит да спре насилието, властите организират показни процеси срещу заловените мафиотски босове, като този от 1986 г.

По време на този напрегнат политически и социален климат властта се държи от коалиция от лявоцентристки партии, които от 1972 г. до 1992 г. са оглавявани от християндемократа Джулио Андреоти. Той е един от най-дълго управлявалите италиански политици, седем пъти министър-председател в различни кабинети, който поддържа тесни връзки с Комунистическата партия. А както се оказва от започналото през 1993 г. съдебно преследване срещу него и с мафията. Въпреки че е съден за корупция и поръчителство за убийството на разследващия журналист Мино Пекорели, през 2003 г. Андреоти е оправдан.

Сред специализираните италиански издания е важно да се обърне внимание на бизнес всекидневника „Ил Соле 24 оре“<sup>265</sup> („Il Sole 24 ore“, „Слънцето 24 часа“), който е основан е през 1965 г. като обединение на два други вестника – „Ил Соле“ („Il Sole“, „Слънце“), излизащ още от 1865 г. и „24 оре“ („24 ore“, „24 часа“), публикуван от 1946 г. „Ил Соле 24 оре“ се издава в Милано при тираж от близо 335 хил. екз., а съдържанието му включва бизнес, политически, търговски, правни, корпоративни новини. Има и специализирани приложения, които излизат веднъж седмично, заедно с основния вестник като „Доменика“ („Domenica“, „Неделя“) – за изкуство, литература, философия, театър, кино; „Плус“ („Plus“, „Плюс“) – финансови пазари, инвестиции, търговия; „Нова 24“ („Nòva 24 „Звезда 24“) – за наука и технология.

## СЪВРЕМЕННИ СПИСАНИЯ

Пазарът на списания в Италия се поделва между няколко големи издатели, а тематичният им обхват варира между популярни политическо – социални издания, женски списания, такива, които съдържат програмата на радиото и телевизията.

Едно от най-значимите списания, което има и международни версии, е „Л’Еуропео“ („L’Europeo“, „Европеец“), което е създадено

---

<sup>265</sup> www.ilsole24ore.com

през 1945 г. от редакторите Джиани Мацочи и Ариджо Бенедети по-модела на друго италианско списание „Епока“ („Ероса“, „Епоха“) и на американското списание за документална фотография „Лайф“ („Life“, „Живот“). Съдържанието му е изключително разнообразно и освен качествени текстове по политически, социални, икономически и културни теми, включва множество фотографии. Още в първите години на съществуването си тиражът му надхвърля 300 хил. екз., през 1995 г. достига и до 318 млн. екз. За списанието работят много от известните италиански журналисти и интелектуалци като Индро Монтанели, Ориана Фалачи, Енцо Биаджи, Джиорджио Бока, фотографи като Федерико Скана и Оливиеро Тоскани.

---

**Ориана Фалачи** (1930 –2006) е известна **италианска журналистка и писателка**. Родена е във Флоренция, едва 14-годишна участва, заедно с баща си, в италианската съпротива „Доброволните части за свобода“ срещу фашисткия режим. Журналистическата ѝ кариера започва на 16 години в местния в. „Ил Магино дел Италия Централ“ („Il Mattino dell'Italia Centrale“, „Сутрешен вестник за Централна Италия), през 1951 г. се прехвърля в сп. „Епока“, а през 1954 г. вече е в сп. „Л'Еуропео“, в което остава до 1977 г., а след това твърди: „То умря, когато го напуснах.“

От 1967 г. работи като военен кореспондент, като отразява войната във Виетнам, войните между Индия и Пакистан, в Южна Америка. Световната си популярност получава заради интервютата, които прави. Сред личностите, с които се е срещала, са южновиетнамският генерал-лейтенант Нгуен Ван Тхю, Ясер Арафат, държавният секретар на САЩ Хенри Кисинджър, министър-председателят на Пакистан Али Бхуто, министър-председателят на Индия Индира Ганди, Аятолах Хомейни, Муамар Кадафи, Фредерико Фелини, Сами Дейвис Джуниър, Шон Конъри и много други. Има репутация на журналист, който предпочита да задава директни, даже брутални въпроси.

Автор е и на редица книги като „Писмо до детето, което никога не се роди“ („Lettera a un bambino mai nato“), „Един мъж“ („Un Uomo“), в която описва връзката си с трагично загиналия гръцки политик Алексос Панагулис, „Интервю с историята“ („Intervista con la Storia“), „Иншаллах“ („Insciallah“), посветена на гражданската война в Ливан, „Гневът и гордостта“ („La rabbia e l'orgoglio“), в която разказва за личните си чувства след атентатите от 11 септември 2001 г. в Ню Йорк, „Ориана Фалачи интервюира Ориана Фалачи“ („Oriana Fallaci intervista Oriana Fallaci“) „Силата на разума“ („La forza della ragione“). Носител е на награди за журналистика и за литература, изнася лекции в някои американски университети.

---

Между 1995 г. и 2001 г. „Л'Еуропео“ спира да излиза, а след подновяването му става двумесечно.

Сред качествените и популярни новинарски списания е седмичното „Л'Еспресо“<sup>266</sup> („L'Espresso“, „Експрес“), което е създадено през 1955 г. от издателя Карло Карчиоло и редакторите Ариджо Бенедети и Еудженио Скалфари. Тиражът му е 390 хил. екз. и е популярно, заради добрата разследваща журналистика, която представя, качествените репортажи и тематичното многообразие. Собственост е на медийната компания „Групо Едиторале Л'Еспресо“, която стои и зад в. „Ла Република“.

Негов основен конкурент е също седмичното, но дясноцентристко новинарско списание „Панорама“<sup>267</sup> („Panorama“, „Панорама“), което първоначално започва да излиза през 1939 г., но след дългогодишно прекъсване, е преосновано през 1962 г. Издава се от най-голямата медийната компания в областта на печата „Арналдо Мондадори едиторе“ („Arnoldo Mondadori Editore“), която, от своя страна, е собственост на инвестиционния фонд „Фининвест“, контролиран от Силвио Берлускони. Тиражът на списанието е около 300 хил. екз.

Сред лайфстайл списанията предназначени за женската публика могат да бъдат споменати развлекателни със светска пристрастност „Грация“<sup>268</sup> („Grazia“, „Грация“), което е основано в Италия през 1939 г., тиражът му е около 218 хил. екз., но има няколко международни версии, „Дженте“<sup>269</sup> („Gente“, „Хора“), което излиза от 1957 г. и е с тираж от 500 хил. екз. и „Оджи“<sup>270</sup> („Oggi“, „Днес“), което се публикува от 1945 г. и има 600 хил. екз. тираж. А също чисто клюкарски „Новела 2000“ („Novella 2000“), „Ева 3000“ („Eva 3000“), „Висто“ („Visto“) и други.

С подобна медийна ползваемост може да се похвали и списанието с радио и телевизионната програма „Соризи е Канцони ТВ“<sup>271</sup> („Sorrisi e Canzoni TV“, „Усмивки и песни ТВ“), което е създадено през 1952 г. и достига до над 2 млн. читатели.

---

<sup>266</sup> [www.espressonline.it/](http://www.espressonline.it/)

<sup>267</sup> <http://panorama.it>

<sup>268</sup> [www.graziomagazine.it](http://www.graziomagazine.it)

<sup>269</sup> [www.gente.it](http://www.gente.it)

<sup>270</sup> [www.oggi.it/](http://www.oggi.it/)

<sup>271</sup> [www.sorrisi.com](http://www.sorrisi.com)

## РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЯ

Нарастващото медийно въздействие на електронните медии през втората половина на 20 век и най-вече в началото на 21 век, помагат за коренната промяна на италианското общество. Подобно на останалата европейска аудитория, то се научава да познава действителността чрез микрофоните и камерите на радио и телевизионните журналисти. Всичко това създава съществено политическо предимство и на една нова политическа звезда, която изгрива първо на медийния, а след това и политическия небосклон – Силвио Берлускони.

---

**Силвио Берлускони** (р. 1936) е италиански политик, медиен магнат, четири пъти министър-председател на Италия. Развива успешен частен бизнес, притежава значителна част от италианските медии, има няколко банки, както и други публични компании, президент е на футболния клуб „Милан“.

Завършва право в университета в Милано, като за да плати образованието си, продава прахосмукачки, работи като фотограф на обществени събития, организира летни екскурзии. Приятелството му от университета с Бетино Кракси – бъдещ министър-председател на Италия, му помага след това да създаде добри връзки с множество политически и бизнес фигури.

Берлускони започва като строителен предприемач – създава фирма за недвижими имоти „Едилнорд“ с която през 1969 г. построява цяло предградие северно от Милано, наречено „Милано 2“. През 1974 г. придобива контрол върху множество малки частни телевизионни канали и създава телевизионна мрежа. Собственик е на медийна компания и на рекламна агенция.

Политическата му кариера започва през 1994 г., когато застава начело на политическо движение „Форца Италия“, с което печели изборите и оглавява първия си премиерски кабинет. През 2001 г. отново е на власт, този път, начело на дясноцентристката коалиция „Каса деле либерта“, с помощта на която заема още два пъти премиерска длъжност.

Берлускони е определян като конфликтна личност, която не спазва традиционните политически порядки, обвиняван е в корупция, конфликт на интереси, връзки с мафията, неплащане на данъци, има скандално публично поведение, включително и по отношение наемаването на проститутки.

---

Публичното израстване на Берлускони започва в средите на строителството – до края на 70-те години той работи като строителен предприемач с добри връзки в политическите среди. През 1973 г. се насочва към телевизионния бизнес – чрез управлението на малък кабелен телевизионен канал, създаден през същата година в Милано и постепенното му съдържателно и рекламно обединение с други подобни телевизионни канали. Берлускони и неговият холдинг „Фининвест“ („**Fininvest**“)

закупуват множество второкласни филми, които предоставят на символична цена на малките телевизионни канали срещу желанието те да излъчват рекламите, създадени от рекламната им къща „Publitalia 80“ („**Publitalia 80**“). Макар че подобно съдържателно единство е забранено, защото нарушава монопола на обществения оператор РАИ, Берлускони, възползвайки се от добрите си връзки с управляващите в лицето на министър-председателя Бетино Кракси и с подкрепата на италианските социалисти, чийто кампании щедро финансира, създава частната телевизионна мрежа Суа Емитенца (**Sua Emittenza**), чието функциониране продължава твърде дълго макар и с „временен статут“. Водещи канали в тази мрежа са създаденият през 1979 г. частен телевизионен канал Канале Чинкуе (**Canale Cinque**), Италия Уно (**Italia Uno**), който е откупен през 1982 г. и Рете Куатро (**Rete Quattro**), придобит през 1984 г.

Медийната империя на Берлускони се увеличава и със закупуването на всекидневника на Монтанели „Ил Джорнале“ („**Il Giornale**“).

Политическите му амбиции първоначално се изчерпват с поддържането на добри контакти с Кракси, а благодарение на него, и с други европейски политици като френския социалистически президент Франсоа Митеран и испанския социалистически министър-председател Фелипе Гонсалес. Причина за персоналното му излизане на политическата сцена става започнатото срещу него съдебно преследване за нерегламентирано финансиране на италианските партии. Акцията, която се провежда между 1992 и 1994 г. и е известна като „Чисти ръце“, е опит Италия да се пребори с политическата корупция – организирани са над 2 хил. съдебни процеса, в рамките на които, са обвинени 152 италиански депутати, двама кметове, министър-председателят Кракси, както и министри от неговия кабинет.

В опит да си създаде политически имунитет Берлускони създава политическата формация „Форца Италия“ („**Forza Italia**“, „Напред, Италия!“), с която участва на изборите през 1994 г. и които, опирайки се на финансовата си мощ и въздействието на трите си популярни телевизионни канали, печели. Формацията е резултат от наблюдаващата се през 90-те години на 20 век националистическа вълна, която залива в различна степен повечето от европейските държави, но разчитайки на десните организации – Северната лига и Националният съюз, се оказва твърде нестабилна и Берлускони е притиснат да сдаде премиерския пост след едва девет месеца.

Подобно и на останалите европейски държави, чийто електорални настроения се люшкат между ляво – десния спектър, следващите из-

бори през 1996 г. са спечелени от лявоцентристката коалиция „Уливо“ („Olivier“), в която за първи път от Втората световна война участва Италианската комунистическа партия. Начело, в качеството си на министър-председател, застава бившият член на Християндемократическата партия Романо Проди, от когото се очаква да проведе значими икономически и социални реформи. Берлускони участва с нова формация, наречена „Поло деле Либерта“ („Polo delle Libertà“, „Полюсът на свободите“), в която са включени различни популистки организации. Следващото му влизане в управлението на страната е чак през 2001 г., след като лявоцентристката коалиция на премиера Джулиано Амато, която идва на власт през 1998 г., е принудена да напусне.

Коалицията на Берлускони „Каза деле Либерта“ („Casa delle liberta“, „Дом на свободите“) умело се възползва от медийните възможности на Берлускони, който пред телевизионните камери подписва „договор с италианския народ“ с обещания за по-ниски данъци, премахване на престъпността, намаляване на администрацията, повече работни места, започването на големи държавни строежи.

На следващите избори през 2006 г. на власт отново идва Проди, но след многото политически и икономически кризи, през които преминава, за пореден път, през 2008 г., изместен от Берлусони, който оглавява своя четвърти кабинет. След поредица от скандали, включително за финансови злоупотреби и наемане на проститутки, Берлускони губи политическа подкрепа и в края на 2011 г. сдава властта. Това обаче не пречи авторитетното американско списание „Форбс“ да го определя като третия най-богат италианец с лично състояние от 9 млрд. долара, получено от приходите от неговата империя, включваща дейности в областта на телевизията, печата, издателския и рекламния бизнес, киното, финансите, банките, застраховането и спорта.

От гледна точка на медийния пейзаж управлението на Берлускони е пример за значимо медийно влияние – както чрез собствените му медии, така и чрез монопола на обществения оператор РАИ, който си остава най-голямата радио и телевизионна компания в страната.

**Радиоразпръскването в Италия стартира** през 1924 г. със създаването на любителската частна радиокompания „**Унионе радиофоника италиана**“ („**Unione Radiofonica Italiana**“, „Италиански радиофоничен съюз“), която, след идването на Мусолини на власт, е принудена да следва фашисткия пропаганден модел. Развитието ѝ продължава през 1927 г., когато името ѝ е сменено на „**Енте италиано аудициони радиофониче**“ („**Ente Italiano Audizioni Radiofoniche**“,

„Италиански аудио и радиофоничен орган“) и е превърната в държавна структура.

След края на Втората световна война е създадена обществената компания **РАИ**<sup>272</sup>, Радио аудициони италиане (**RAI, Radio Audizioni Italiane**) с две радиомрежи – **Пете роца (Rete Rossa)**, която излъчва класическа музика и **Пете адзура (Rete Azzurra)**, която предава забавни новини и шоупрограми.

През 1947 г. РАИ получава лицензия за пълен монопол върху радиоразпръскването. Тя е подновена през 1954 г. с прибавянето на телевизионния монопол, но е преустановена през 1976 г., когато, с решение на Конституционния съд, е обявен за противоконституционна. Това стимулира полулегитимната дейност на частните радио и телевизионни канали, започват излъчвания значително по-рано от останалите европейски държави – първо на програмите, разпространявани чрез кабел, а след това и на ефирните програми. Тяхната дейност законово е регламентирана през 1985 г., когато се разрешава търговското разпространение на телевизионни програми по ефирен път, без ясно да бъдат посочени границите на медийната концентрация.

РАИ притежава 3 национални ефирни радиоканали **РАИ Радио 1 (RAI Radio 1)**, която предлага новини, **РАИ Радио 2 (RAI Radio 2)** с разнообразни теми и забавна музика и **РАИ Радио 3 (RAI Radio 3)** за класическа музика.

РАИ има и три ефирни национални телевизионни канали – РАИ Уно **RAI 1**), РАИ Дуо (**RAI 2**) и РАИ Тре (**RAI 3**), създадени през 1954 г., 1961 г. и 1979 г. Първият е най-гледаем и залага на семейно-ориентирани програми, докато вторият и третият са насочени към младежката аудитория. Съществуват и много специализирани цифрови радио и телевизионни канали – за новини, спорт, социални теми, детски теми, а също и международен телевизионен канал РАИ Италия (**RAI Italia**), предназначен за италиански говорещата аудитория по света.

Компанията се ръководи от административен съвет, в който влизат представители на парламента и министерство на финансите, поради което е обвинявана в политическо пристрастие, липса на плурализъм, държавна цензура, недостатъчен професионализъм. Те особено се засилват след идването на Берлускони на власт, който гради политическия рейтинг не само чрез медийната манипулация от частните си канали, но и чрез предаванията на обществените. Финансово РАИ се издържа чрез

---

<sup>272</sup> [www.rai.it](http://www.rai.it)



годишни такси, заплащани от италианските граждани, въпреки че и тук има обвинения, заради недоброто им събиране, а също и от реклами.

Освен радио-телевизионна дейност, РАИ, чрез свързани с нея фирми, развива издателска и рекламна дейност, продажба на програми, звукозаписна дейност. Също така, за разлика от частните телевизионни канали, които закупуват голямо количество чужди програми, РАИ залага на производството предимно на собствена продукция.

РАИ е европейският обществен оператор, който има най-голям пазарен дял – над 43% от италианската аудитория гледа някои от нейните програми. Италия е и на второ място в света (след САЩ) по количество на телевизионни канали – има 7 национални и над 500 регионални телевизионни програми.

Частният радиосектор обхваща 14 комерсиални национални радиомрежи и над 1300 местни радиостанции, чийто програми са изключително пазарно-ориентирани – съдържанието им включва основно музика, реклами и кратки информационни емисии.

Частният телевизионен пазар е доминиран от трите канала на медийната компания „Медиасет“<sup>273</sup> („Mediaset“), създадена през 1978 г. под името „ТелеМилано“ („TeleMilano“) и контролирана от фонда на Берлускони „Фининвест“.

Това са Канале Чинкуе<sup>274</sup> (**Canale Cinque**, Пети канал), който е първият частен канал в Италия, стартира през 1978 г. под името ТелеМилано. Голяма част от неговото съдържание е изградено от американски шоу програми, дублирани на италиански език. През 2000 г. представя и първото в Италия риалити шоу „Гранде Фратело“ („Grande Fratello“ – италианската версия на „Big Brother“). Каналът спонсорира и множество популярни телевизионни сериали като „R.I.S.-Delitti Imperfetti“ (италианска версия на „От местопрестъплението“), „Carabinieri, Distretto di Polizia“, „Elisa di Rivombrosa“.

Програмата на канала се излъчва от 1990 г. и в Испания, на испански език под името Телечинко (**Telecinco**, Пети канал). Това е една от водещите части телевизии в Испания. А от 2010 г. „Медиасет“ контролира и другия популярен частен телевизионен канал **Кватро** (**Cuatro**, Четвърти).

Вторият канал на „Медиасет“ **Италия Уно**<sup>275</sup> (**Italia Uno**, Италия едно) е насочен към младежката аудитория, а третият Рете Кватро<sup>276</sup>

---

<sup>273</sup> [www.mediaset.it](http://www.mediaset.it)

<sup>274</sup> [www.canale5.com](http://www.canale5.com)

<sup>275</sup> [www.italia1.com](http://www.italia1.com)

<sup>276</sup> [www.rete4.com](http://www.rete4.com)

(**Rete Cuatro**) предлага спортни предавания, документални филми и журналистически разследвания. И трите канала са подчертано комерсиални – с малко новини и публицистични предавания и множество шоупрограми, риалити формати, филми и сериали.

Освен тях телевизионното пространство се допълва и от програмата на телевизионния канал **Ла Сете**<sup>277</sup> (**La7**), който е основан през 1974 г. под името **Телемонтекарло** (**Telemontecarlo**, ТМС) с цел да бъде италианскоезичният канал на Принца на Монако, както и да гарантира „третата роля на телевизията“ в Италия. Каналът е собственост на Виторио Чечи Гори, а името му отразява седмата позиция на канала в рейтингите – след шестте национални програми на РАИ и „Медиасет“. Ла Сета е контролиран от SEAT (собственост на „Телеком Италия“, „Telecom Italia“).

Съществуват и платени телевизионни мрежи като **Медиасет премиум**<sup>278</sup> (**Mediaset Premium**), притежание на „Медиасет“, сателитната телевизия **Скай Италия**<sup>279</sup> (**Sky Italia**), която е част от компанията на Рупърт Мръдок „Нюз корпорейшън“ и други. Всички канали предлагат основно игрални и документални филми, сериали и спортни предавания.

## ИНФОРМАЦИОННА АГЕНЦИЯ

Освен чрез печатните и електронните медии, производството на медийна информация в Италия зависи и от информационната агенция **АНСА**<sup>280</sup> (**ANSA**), която е създадена през 1945 г., за да обслужва големите италиански вестници, а сега и радио и телевизионното съдържание. Работи активно и с международни медии и агенция, притежава и собствена фотоагенция.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Италианските медии са значим фактор за развитието на италианското общество. Те оказват голямо влияние в процеса на формирането на цялостта на италианската държава, на социалното и политическото израстване на италианските граждани, развиват се и като много добре развиващ се бизнес. Благодарение на тематичното и форматното си разнообразие те успешно се конкурират с другите европейски медии, отра-

---

<sup>277</sup> [www.la7.tv](http://www.la7.tv)

<sup>278</sup> [www.mediasetpremium.it](http://www.mediasetpremium.it)

<sup>279</sup> [www.sky.it](http://www.sky.it)

<sup>280</sup> [www.ansa.it](http://www.ansa.it)

заяват разнообразието от мнения и позиции в обществото, забавляват и пълноценно формират дневния ред на италианското общество.

## Литература

- Ангелова, В. Съвременното радио. Модели на развитие, С., 2007.
- Дейвис, Н. Европа. История, 2005, Абагар Велико Търново.
- Енциклопедия Larousse. Тема медии, С., 2000, ICON.
- Западна Европа, Ч.2: Гърция, Италия, Испания, С., 1999, Гамма.
- Милза, П. История на Италия, С., 2007, Рива.
- История печати, Том I, М., 2001, Аспект Пресс.
- Козлова, М.М. История журналистики зарубежных стран, 1999, Ульяновск, М-во общего и профессионального образования Российской Федерации, Ульяновский государственный технический университет.
- Михайлов, С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы, СПб., 2002, Изд-во Михайлова В.А.
- Назарова, Д. Современная национальная пресса Италии, доступно на адрес: <http://www.italcentro.edu.mhost.ru/press.php?id=4>.
- Andrews, G. Not a Normal Country. Italy After Berlusconi, 2005, Pluto Press.
- Black, C. F. Early Modern Italy. A Social History, 2001, Routledge.
- Blinkhorn, M. Mussolini and Fascist Italy, 1994, Routledge.
- Davis, J. A. (ed.) Italy in the Nineteenth Century 1796–1900, 2000, Oxford University Press.
- Doumanis, N. Italy, 2001, Arnold.
- Hibberd, M. The Media In Italy. Press, Cinema and Broadcasting from Unification to Digital, 2008, Open University Press.
- Kelly, M., G. Mazzoleni, D. McQuail. The Media in Europe. London, 2004, SAGE.
- Koff, S. Z., S. P. Koff, Italy. From the First to the Second Republic, 2000, Routledge.
- Lyttelton, A. (ed.) Liberal and Fascist Italy 1900-1945, 2002, Oxford University Press.
- McCarthy, P. (ed.) Italy since 1945, 2000, Oxford University Press.
- Morgan, P. The Fall Of Mussolini. Italy, The Italians, And The Second World War, 2007, Oxford University Press Inc.
- Pavlovic, Z. Italy, 2004, Chelsea House Publishers.
- Williams, K. European media studies, 2005, Hodder Arnold.

## 7: НИДЕРЛАНДИЯ

*Мария Попова*

### ПЪРВИ ИЗДАНИЯ

Началото на холандските медии се свързва с развитието на книгопечатането в Западна Европа. През 15 век голяма част от областите, на които са разположени днешните Нидерландия и Белгия, са под френско влияние, а по-късно стават част от Свещената римска империя на германските народи под управлението на Карл V. В средата на 16 век са предадени на испанците, които активно се възползват от добрите търговски взаимоотношения на холандските провинции с останалия свят. По това време холандците контролират около 50% от европейската търговия и се налагат като водеща икономическа сила в Северозападна Европа, но са нееднородни по езикови и религиозни признаци – френскоговорящи католици от Валония, холандскоговорящи протестанти<sup>281</sup> от Холандия, Зееландия и Утрехт, фламандскоговорящи<sup>282</sup> католици от Фландрия. През 1568 г. започва ръководеният от принц Вилхелм Орански Осемдесетгодишен бунт на холандците, който, благодарение на добрия им флот и финансови ресурси, а и с помощта на френските им съюзници (в периодите между 1581 и 1585 и между 1595 и 1598 г.) и на англичаните (в периода между 1585 и 1587 г.) завършва успешно с подписването през 1648 г. в Мюнстер на Вестфалския мирен договор. С него се създава независимата република „Обединени провинции на Нидерландия“. Благодарение на приетата още през 1584 г. конституцията е осигурен самостоятелен статут на всяка от холандските провинции, а икономическата и военната (главно морска) сила на новата държава ѝ осигуряват значимо влияние върху европейското политическо и икономическо пространство. Даже през 1585 г. холандският град Амстердам

---

<sup>281</sup> В Нидерландия е разпространен калвинизмът – едно от направленията на протестанството, възникнало по време на Реформацията (16 век), въз основа на идеите на френския философ Жак Калвин (1509-1564), който проповядва абсолютна предопределеност и светски аскетизъм. Разпространява се в Германия и Нидерландия под името „реформаторство“, във Франция като „хугенотство“, в Шотландия, Англия и Северна Америка като „презвитеранство“. – б.м.

<sup>282</sup> Фламандският език е диалект на холандския език. – б.м.

е обявен за стопанската столица на Северна Европа, като заменя притежателя за такава през 1400 г. фламандски град Антверпен. Доминацията на двата града показват изместването на търговските пътища на север, за сметка на предишния европейски търговски център – португалския град Лисабон и не е случайно, че холандските колониални владения се разпростират именно върху области, които дотогава принадлежат на Португалия.

През 17 век Амстердам е един от най-проспериращите по това време европейски градове, като е определян за финансовия, търговския и стопанския център на Северна Европа – основна точка в търговската мрежа между Европа, Прибалтика, Северна Америка и Африка. Чрез създадените в него през 1602 г. офис на Холандската Източноиндийска компания и през 1609 г. на Wisselbank (Банка за полици) се слага началото съответно на разплащанията на стоковата борса и на преките междубанкови разплащания в света.

Целият 17 век е наричан „Златният век“ на холандската култура и наука. Това е времето, през което творят философите Еразъм Ротердамски и Барух Спиноза и популярните художници Рембранд, Халс, Вермеер, Рубенс и Ван Дайк. Като причина за този творчески разцвет се посочват влиянието на протестанството върху населението, възможността активната и финансово стабилна търговска прослойка да потърси свои ориентири за духовно развитие. Макар в Нидерландия да няма големи меценати сред аристокрацията и духовенството, така както е в другите европейски страни (например в Италия), холандските творци се радват на значителен брой ценители. Според различни данни през 17 век в холандските провинции са създадени и продадени между 63 и 70 хиляди картини, а страната е като една голяма картинна галерия. Донякъде това дава обяснението защо доминират малкият формат и тематичното преобладаване на пейзажите, битовите сцени, портретите, въобще на реалистичното описание на бита и живота по това време. Или както твърди един от известните холандски изследователи Йохан Хьойзинха: „Човек разбира Рембранд, наблюдавайки Нидерландия и Нидерландия, наблюдавайки Рембранд“.

Именно в тези условия още в края на 16 век и по-активно през 17 век в ниските земи се появяват разнообразни хвърчащи листове с новини, наречени „куранти“ („corantos“, от хол.ез., листове с новини), подобни на своите немски еквиваленти от същия период – „релации“.

За предшественик на холандските вестници се посочва издание, отпечатано през септември 1609 г. в Антверпен от братята Янц. В него

подобно на немските вестници са представени новини от Рим, от Венеция, Прага, Франкфурт на Майн.

За първи периодичен холандски вестник се приема седмичникът **„Курант ют Италин, Дъотсланд & ко.“** (**„Courante uyt Italien, Duytslandt, &c.“**), „Вестник с новини от Италия, Германия и др.“), публикуван през юни 1618 г., чийто печатар най-вероятно е Йорис Веселер, а издател и редактор Каспар ван Хилтен.

Сред първите холандски вестници е и седмичникът **„Векелюк курант ван Юропа“** (**„Weekelycke Courante van Europa“**), „Седмичен вестник на Европа“, създаден на 8 януари 1656 г. от Абрахам Кастелин, по настояване на някои холандски любители, които искат да получават информация от важни места в Европа. Няколко години по-късно е увеличена периодичността му на два-три пъти седмично, а заглавието е променено на **„Де Опрехте Харлемске курант“** (**„De Oprechte Haerlemse Courant“**), „Достоверен Харлемски вестник“. По време на германската окупация на Нидерландия през Втората световна война вестникът е принуден да се обедини с друго издание – регионалният вестник **„Хаарлемс дахблад“**<sup>283</sup> (**„Haarlems Dagblad“**), „Харлемски вестник“) и да приеме неговото име. „Хаарлемс дахблад“ съществува и до момента и се приема за един от най-старите все още излизачи европейски вестници.

През целия период в различни холандски градове се появяват и други издания, но нито едно от тях не става популярно в цялата страна.

Политическото влияние на Обединените провинции през втората половина на 17 век постепенно намалява, главно в резултат на водените от страната три Англо-холандски войни (съответно през 1652-1654, 1665-1667 и 1672-1674 г.). Промените в цяла Европа през 18 век, политическата еманципация, националното осъзнаване, избухналите Велика френска революция и Война за независимост в САЩ, които оказват драматично влияние върху провинциите в Нидерландия.

Холандският печат също претърпява небивал подем. Холандските издатели се възползват от липсата на явни цензурни ограничения, появяват се различни заглавия, които направляват общественото мнение и се публикува разнообразна политическа информация, нещо, което не е разрешено в други държави като Германия например. Това провокира германската политическа преса да се пренесе в Нидерландия. Същевременно в холандския печат се наблюдава и втора тенденция – във вестниците се представят и редица неверни съобщения, тенденциозно се

---

<sup>283</sup> [www.haarlemsdagblad.nl](http://www.haarlemsdagblad.nl)

разпространяват слухове. Холандските издания са особено активни в нападите си срещу Германия за сметка на Австрия, която раздава щедри субсидии на издателите. Въпреки постъпилите жалби, сериозни последиствия върху журналистиката няма. Езикът, на който се списват тези вестници, често не е холандският, а френският.

По това време голямо влияние в цяла Европа има холандският в. „**Нувел естраординер де диверс ендроа**“ („**Nouvelles extraordinaires des divers endroits**“, „Извънредни новини от различни места“), наричан също „**Газет дьо Люд**“ („**Gazette de Leyde**“, „Вестникът на Лайден“). Основан е през 1660 г. (въпреки че изследователите посочват различни години – 1667, 1669 или 1680 г.) от френски хугеноти<sup>284</sup>, както е неговият първи издател Жан-Александър де ла Фонт. Подобни френски издания са публикувани и в други държави, но те основно са предназначени за френската аудитория.

Независимостта на вестник „Нувел екстраординер де диверс ендроа“ от нидерландското и от френското правителство му дават възможност свободно да публикува политическа и международна информация, което бързо му печели европейска популярност, поради което той е приеман за най-важният европейски политически вестник от края на 18 век. Сред интересните събития, с които този вестник запознава френското и европейското общество, са приемането на американската конституция и развоят на Войната за независимост в Северна Америка, както и важни европейски политически и дипломатически конфликти. Вестникът се противопоставя на абсолютизма на френската монархия, представя дейността на френския парламент, критикува насилието по време на Великата френска революция от 1789 г.

Тиражът на „Нувел екстраординер де диверс ендроа“ се движи между 10 хил. и 100 хил. екз., излиза в обем от 8 страници, а периодичността му е два пъти в седмицата. Има различни издатели, но особено популярен става след 1738 г., когато негов редактор е Жан Люцак. През 1780 г. вестникът е сред активните поддръжници на холандските патриоти и създадената от тях Батавска република.

---

<sup>284</sup> Хугеноти е името на френските протестанти, които са преследвани през 16 и 17 в. и дори по времето на Луи XIV. Много от тях са принудени да се преселят в съседни на Франция протестантски държави. Най-масовото убийство на хугеноти от католици е извършено в нощта на свети Вартоломей на 23-24 август 1572 г., останало в историята като клането от Вартоломеевата нощ – в цяла Франция са избити между 10 хил и 30 хил хугеноти – мъже, жени, деца, възрастни хора. – б.м.



---

**Жан Люцак** (1746-1807) е холандски юрист, журналист, професор по гръцки език и история, хугенот. Определян е като най-влиятелният европейски редактор през 18 век, благодарение на издавания от него в. „Нувел естраорднерс де диверс ендроа“, известен и като „Газет дьо Люд“.

---

Под първоначалното си име „Нувел естраорднерс де диверс ендроа“ излиза до 1798 г. и има доста влиятелни читатели като например френския крал Луи XVI и бъдещия американски президент Томас Джеферсън, който по това време е посланик във Франция и който твърди, че това е „най-добрият вестник в Европа“ и че е „единственият, който си заслужава да се чете“. Изданието „Нувел естраорднерс де диверс ендроа“ е най-популярното сред близо 20-те френскоезични вестници, които се публикуват извън Франция, непосредствено пред другия холандски вестник „Газет д’Амстердам“ („*Gazette d’Amsterdam*“, „Вестник на Амстердам“), който излиза в периода 1690-1792 г. и появилия се по-късно „Курие дю Ба-Рин“ („*Courier du Bas-Rhin*“, „Вестник на Долен Рейн“).

Между 1804-1811 г. вестникът излиза под ново название „Журнал Политик Публие а Люд“ (**Journal Politique Publié à Leyde**, „Вестник за обществена политика на Лайден“), без обаче да достигне предишната си популярност.

Върху френското и френскоговорящото европейско общество оказват влияние и издания като „Газет Д’Ютрехт“ („*Gazette d’Utrecht*“, „Вестникът на Утрехт“), който се публикува в периода 1710-1787 г. и „Нуво журнал юниверсел“ („*Nouveau Journal Universel*“, „Ново световно списание“), който излиза в Амстердам между 1688 и 1792 г.

В периода 1686-1782 г. в Хага се публикува месечникът „Меркюр историк е политик“ („*Mercure Historique et Politique*“). В първите години той е редактиран от френския писател и журналист Куртилц де Сандрас, автор на множество книги, памфлети и мемоарни издания, най-популярните от които са мемоарите на известния мускетар Д’Артанян, които излизат през 1700 г., 27 години след смъртта на самия Д’Артанян. По-късно те стават модел за поредицата романи на френския писател Александър Дюма-баща – „Тримата мускетари“, „20 години по-късно“ и „Виконт дьо Бражелон“.

Вестникът се приема като настолна книга от всеки европейски дипломат, като интересът към него се дължи не толкова на публикуваните новини, колкото на политическите статии, в които се дава оценка на дейността на дипломатическите лица, формулират се мнения „за“ и „против“ известни направления в международната политика.

Значението на подобно издание не е случайно. В края на 18 век холандското общество е силно повлияно от световните събития. През 1780 г. в Нидерландия се създава движението на „патриотите“, които са вдъхновени от примера на американските колониалисти и от тяхната борба за независимост от Британската империя. През 1782 г. патриотите вече са организирани в патриотични милиции, които искат по-демократичен модел на управление и даже вземат властта в някои от холандските провинции. През следващите години избухват патриотични революции. Военните действия са допълнени и от Четвъртата англо-холандска война (1780-1784), която е предизвикана от англичаните, след като Нидерландия става първата държава в света, признала независимостта на САЩ.

Драматичните промени в страната са допълнени от опита за отделяне на белгийските провинции, които през 1792 г. са анексирани от Франция и на тяхна територия е създадена Батавската република на патриотите, превърната през 1804 г. в Кралство Холандия (включваща и с част от територията на Германия), начело с един от братята на Наполеон Бонапарт – Луи Бонапарт.

Следват политически и законодателни промени и в останалите холандски провинции – през 1798 г. е приета унитарна конституция, а управлението на страната е поето от петчленен директорат, има двукамарен парламент, въведен е и имуществен ценз за участие в политическите избори. По-късно цялата територия на „ниските земи“ е завзета от Френската империя на Наполеон Бонапарт, а холандските вестници са принудени да се подчиняват на френската система за контрол върху печата.

Краят на Наполеоновата епоха в Нидерландия идва през 1815 г., когато независимостта на страната е възстановена с помощта на англичаните, но в замяна тя губи голяма част от колонииите си.

---

Проблемите на местното население в холандските колонии е описано по интересен и въздействащ начин в романа на Мултатули „Макс Хавелаар или Кафеените търгове на Холандската търговска компания“, публикуван през 1860 г. Книгата описва т.нар. „култивационна система“, която е доминираща в нидерландската колония Източни Индии (днешна Индонезия) между 1830 г. до 1870 г. Според нея местните управници съдействат на част от местните производители чрез определяне на квоти на изкупуване на селскостопанската им продукция от холандските компании по фиксирани цени (в повечето случаи изключително ниски), с което гарантират икономическото им съществуване, за сметка на останалите, които не могат да получат квота.

Влиянето на Мултатули като свободомислещ писател върху холандското общество е голяма, а книгата му се приема за световен литературен образец на остра социална критика и става причина за въвеждането на либерални реформи в колониите. През 2002 г. Обществото на нидерландската литература обявява романа за най-добрия на всички времена, написан на холандски език, а името на главния герой Макс Хавелаар се приема за нарицателно.

Мултатули е литературен псевдоним на писателя **Едуард Декер** (1820-1887). Мултатули идва от лат. „multa tuli“ – „страдах много“. Декер работи дълги години на държавна служба в различни холандски колонии и написаният от него по-късно роман се опира на лични впечатления.

---

Начело на Обединеното кралство Нидерландия, в което са включени териториите на днешните Нидерландия, Белгия и Люксембург, застава принц Вилхелм I. Приета е нова конституция, която определя широки кралски правомощия – кралят сам назначава министрите си, холандският парламент има само съвещателни функции, като изборни са само членовете на долната камара, докато тези на горната се назначават от краля, приемат се и два града на централно управление – Хага и Брюксел.

Кралството обаче остава силно разединено – между двете религиозни общности, от които, въпреки обявения религиозен неутралитет, в доминираща позиция се оказват протестантите, подкрепяни от краля, между икономическото развитие, при което южните територии търпят бърза индустриализация, за разлика от северните, които остават предимно търговски и между езиковите различия на френскоговорящите валонци и някои фламандци и преобладаващите холандци и фламандци. Това води до силно недоволство от страна на белгийците – почти във всеки град започва да се издава вестник, списван на френски или фламандски език, в който се прокламира идеята за независимост. През 1830 г. белгийците обявяват независимостта си и въпреки че през 1831 г., в отговор, Вилхелм I изпраща войска, в крайна сметка се налага да се оттегли, след покрепата, която белгийците получават от Франция.

Последвалата обща европейска революционна вълна през 1848 г. принуждава следващия холандски монарх Вилхелм II да заеме по-демократични и либерални позиции. Първата стъпка са промените на конституцията, въведени от юриста Йохан Рудолф Торбеке, целящи създаването на парламентарна монархия. Силно са разширени правата на холандския парламент, който има вече и законодателни функции, контролира дейността на министрите, а съставът на долната камара се определя чрез пряко гласуване, докато този на горната камара се избира

от представители на всички холандски провинции (а не се назначава от краля, както е било дотогава).

---

**Йохан Рудолф Торбеке** (1798-1872) е холандски юрист, държавник, един от най-известните холандски политици на 19 век. След като завършва университета в Лайден, където изучава класическа филология, продължава обучението си в Германия. През 1825 г. се връща в Кралство Нидерландия и започва работа като професор по политически науки в новооткрития държавен университет в Гент, където става първият лектор на холандски език в белгийски университет. След обявяването на независимостта на Белгия през 1830 г. продължава преподавателската си работа в Лайден. Дейността му е свързана най-вече с Либералната партия, която оглавява през 1840 г. и като неин представител е избран неколкостранно за депутат в холандския парламент. Три пъти е избран за министър-председател на Нидерландия (1849–1853, 1862–1866 и 1871-1872 г.). Съдейства за много от демократичните промени в страната като например реформата на избирателния закон, създаването на католически епископства, отмяна на робството в холандската колония Източни Индии (днешна Индонезия) и въобще за цялостната либерализация на политическите и обществени процеси в страната. Автор е на множество научни статии по история и на няколко вестникарски публикации, публикувани във в. „**Журнал дьо ла Е**“ („**Journal de La Haye**“, „Вестник на Хага“). След Втората световна война Торбеке е посочен като един от петте най-значими фигури в холандската история.

---

Демократизирането на политическия живот в Нидерландия създава възможности за поява на различни политически движения. Срещу либералните позиции на Торбеке, а и на неговото правителство, което просъществува до 1853 г., застава консерваторът Гийом Хрун ван Принстерер, основател на първото влиятелно политическото движение, което през 1878 г. прераства в Антиреволюционната партия, начело с Абрахам Каупер.

Либералните идеи са подкрепяни и от католиците, чийто политически и социални искания са представени в основаното през 1855 г. сп. „**Де Дийтсхе Варанде**“ („**De Dietsche Warande**“) на поета и бизнесмен Йозеф Албердинк Тайм, което е насочено към просветените холандски и фламандски литературни и културни кръгове.

---

**Гийом Хрун ван Принстерер** (1801-1876) е датски политик и историк. След като завършва университета в Лайден като доктор по литература, започва работа като секретар на Вилхелм II и до края на живота си остава привърженик на монархизма. Противник на либерализма и на политическата линия на Торбеке, както и на възраждането на католицизма, като убеден последова-

тел на протестанството, Принстерер основава политическо движение, което по-късно прераства в Антиреволюционната партия. Автор е на множество книги, а също е и редактор на „Протоколите и кореспонденциите на кабинета на Вилхелм Орански“ („Archives et correspondance de la maison d'Orange“), публикувани между 1835 и 1845 г.

**Абрахам Каупер** (1837-1920) е холандски политик, журналист, държавник и богослов. Роден в семейство на служител на Холандската реформаторска църква, Каупер завършва университета в Лайден през 1857 г., по-късно получава и докторска степен по богословие. Започва работа в Холандската реформаторска църква, кореспондира си и с Гийом Хрун ван Принстерер, чийто политически и социални възгледи подкрепя. Каупер е ръководител на Антиреволюционната партия и като неин представител е избран за министър-председател на Нидерландия в периода 1901-1905 г. Журналистическата му дейност се свързва с работата му за в. „Де Хераут“ („De Heraut“, „Вестносец“) от 1871 г., както и за основания от него през 1872 г. в. „Де Стандаард“ („De Standaard“, „Стандарт“).

**Йозеф Албердинк Тайм** (1820-1889) е холандски писател, поет, издател и художествен критик. Работи в областта на естетиката, художествената критика, пише разкази и стихове в стила на романтизма, последовател е на средновековното изкуство и литература. Тайм е сред теоретиците на католическото изкуство в Нидерландия, а идеите и текстовете му са представени в издаваните и редактирани от него списания „Де Дийтсхе Варанде“ от 1855 до 1886 г. и „Фолксалманак фоор Недерландсхе католикен“ („Volksalmanak voor Nederlandsche Katholiecken“, „Народен алманах за холандските католици“) от 1852 г. до 1889 г.

---

Основен мотив за еманципацията на Антиреволюционната партия е приетият през 1878 г. закон, според който в страната се въвеждат високи изисквания за качеството на училищното образование, в резултат на което държавните училища получават държавни субсидии за сметка на църковните. Абрахам Каупер настоява за откриването на протестански училища, подобно на вече съществуващите католически, а не толкова за държавни, което подтиква католическите парламентаристи да дадат подкрепата си на антиреволюционерите, а не на либералите. Големият успех на Каупер като значим политик идва през 1905 г. като е създаден Свободният университет в Амстердам, с което се дава възможност за цялостно религиозно обучение на протестантите в Нидерландия – от детската градина до университетското образование.

Политическият спектър по това време се допълва и от основаната през 1893 г. Християнска народна партия. Тя е резултат от противопоставянето на създателите ѝ свещеникът Адолф Денс и брат му Питер Денс, издател и журналист, на водача на Консервативната партия Карл

Въосте. През следващите години християнските партии са често коалиционен партньор в управлението на страната.

Средата на 19 в. става известен и като „Златния век“ на холандската журналистика, поради силното развитие на печатното дело и голямото обществено влияние, което изданията имат върху холандското общество. Това е периодът, през който са създадени повечето от водещите по-късно вестници като информационния **„Ниуз ван ден Дах“** (**„Nieuws van den Dag“**, „Новините на деня“), либералния **„Алгемеен Ханделсблад“** (**„Algemeen Handelsblad“**, „Общ всекидневник“), консервативния **„Амстердамске Курант“** (**„Amsterdamsche Courant“**, „Амстердамски вестник“), които излизат в Амстердам, последният е създаден като седмичник още през 1672 г., а е всекидневник от 1847 г., **„Дахблад“** (**„Dagblad“**, „Всекидневник“), **„Фадерланд“** (**„Vaderland“**, „Отечество“) и **„Нидерл. Стаатс-Курант“** (**„Nederl. Staats-Courant“**, „Нидерландски държавен вестник“), които излизат в Хага, либералния **„Ниу Ротердамске курант“** (**„Nieuwe Rotterdamsehe Courant“**, „Нов Ротердамски вестник“), **„Ротердамсх ниусблад“** (**„Rotterdamsch Nieuwsblad“**, „Ротердамски новинар“) и **„Верелдкроник“** (**„Wereldkroniek“**, „Световна хроника“), които се печатат в Ротердам, консервативния протестантски вестник **„Де Недерландер“** (**„De Nederlander“**, „Нидерландец“), основан през 1893 г.

Положението на холандското общество и на холандските медии драстично се променя след започването на Втората световна война през 1939 г. Нидерландия традиционно обявява неутралитет (подобно на времето от Първата световна война), който обаче не е спазен от нацистка Германия и през 1940 г., след кратки сражения и бомбардировки, страната е окупирана, кралското семейство е принудено да избяга във Великобритания, а най-тежко се оказва положението на 140 хил. евреи, които живеят в ниските земи. Едва 20 хил. от тях успяват да оцелеят след края на войната. Промяната на социалния им статус, опитите им да се скрият и избягат от нацистите са описани в популярния дневник **„Западната къща“** на Ане Франк, която умира през 1945 г., малко преди да бъде освободен концентрационният лагер, в който е затворена. По време на германското управление голяма част от холандските вестници спират да излизат, но за сметка на това се появяват нелегални издания, които отразяват дейността на холандската съпротива. След края на войната Нидерландия е освободена, но е принудена от световната общност да се съгласи през 1949 г. с независимостта на бившата си колония Индонезия (окупирана по време на войната от Япония), за сметка на това част от Нова Гвинея остава под холандска власт чак до 1961 г.



## СЪВРЕМЕННИ ВЕСТНИЦИ

След края на Втората световна война Нидерландия е сред водещите в икономическо и политическо положение европейски държави. Страната успешно развива сектори като черна металургия и енергетика. Освен това е сред световните производители на оръжие. Силната индустриализация, доброто търговско положение, модерното земеделие, главно животновъдство, я нареждат сред малките, но гъстонаселени и икономически стабилни европейски държави.

Начело на кралството от 1980 г. стои кралица Беатрикс (р. 1938 г.), наследник на Оранската династия. Страната е сред стабилните либерални демокрации, европейски пример за значими либерални свободи – по-големи права на жените, легално ползване на леки наркотици, разрешаване на евтаназията и еднополовите бракове. Нидерландия е сред основателите през 1952 г. на Европейската общност за въглища и стомана, която по-късно прераства в Европейския съюз, член е на НАТО и ООН.

Сред наложилите се политически партии е Християнско-демократичният апел (CDA), който е създаден през 1980 г. като обединение на три големи партии Католическата народна партия, Антиреволюционната партия и Християнският исторически съюз. А също лявата Партия на труда (PvdA), формирана през 1946 г. като обединение на съществуващите преди войната Социалдемократическата партия на трудещите се, Либералнодемократичното общество и Християндемократическия съюз. Влиятелни са и Народната партия за свобода и демокрация (VVD), създадена през 1948 г. след отделянето ѝ от Партията на труда, както и Социалистическата партия (SP), която се появява през 1971 г. под името Комунистическа партия на холандците (марксист-ленинисти).

Политическият процес след Втората световна война е лъкатушено между различни коалиционни кабинети и програмни обединения между партии от различен политически спектър. Голямата инфлация в страната през 60-те и 70-те години свалят Католическата народна партия и кормилото на властта е поето от широка коалиция, начело с Антиреволюционната партия. Краткият ѝ престой в управлението е заменен от нова коалиция под ръководството на Партията на труда и нейния лидер Юп ден Ул като министър-председател. В края на 70-те години на премиерския пост го последва Андреас ван Агт, лидер на Християнско-демократичния апел, наследен от Рууд Ауберс от същата партия. В началото на 90-те години Нидерландия бележи икономически ръст, наблюдава се ниска безработица, което не се оказва достатъчно лявата



Партия на труда, начело с Вим Кок да остане дълго в управлението. Известна политическа стабилност се постига чак в първото десетилетие на 21 век, когато страната е управлявана отново от коалиции, ръководени от Християнско-демократичния апел, който в периода 2002-2010 г. е най-голямата холандска политическа формация и успява да реализира цели четири (макар и непълни) мандата, в които нейният лидер Ян Петер Балкененде заема премиерския пост. На следващите избори електоралните пристрастия са изместени към консервативно – либералната Народна партия за свобода и демокрация и властта е поставена в ръцете на председателя ѝ Марк Руте.

Политическата, социалната, религиозната и етническата търпимост, които се приемат за присъщи на съвременното холандско общество намират своето опровержение в две показни политически убийства. През 2002 г. е убит крайнодесният политик Пим Фортаун, част от надигащата се в цяла Европа крайнодясна вълна, което изстрелва неговата партия „Списък Пим Фортаун“ сред парламентарно представените партии и даже на изборите през 2002 г. се нарежда втора след Християнско-демократичния апел. През 2004 г. жертва на крайния ислямски тероризъм става и филмовият режисьор Тео ван Гог, потомък на брата на известния художник Винсент ван Гог, който е убит от марокански емигрант.

Активизирането на холандското общество променя и структурата на холандските медии. Нидерландия е сочена като една от европейските страни с най-голямо потребление на преса<sup>285</sup>, същевременно за нея също са характерни традиционните за европейските медийни системи нарастваща медийна концентрация (холандската преса се контролира от пет големи медийни компании), спад на интереса към политическите издания или тяхното изчезване, увеличаваща се комерсиализация, доминиране на електронните медии за сметка на печатните.

Сред типичните черти на холандските медии са и липсата на специализирани спортни вестници, на таблоидни издания, макар някои от вестниците да поддържат по-забавни страници или приложения (като се прави разграничение между масова и качествена преса), на държавен радио– телевизионен или телекомуникационен монопол, на добре развита кабелна мрежа (подобно на Германия и Белгия) и широко разпространение на интернет достъпа (какъвто имат над 50% от холандските потребители).

---

<sup>285</sup> 307 екз. от холандските вестници се падат на всеки 1000 души – Енциклопедия Larousse. Тема медии, С., 2000, ICON.

В момента в Нидерландия има седем водещи национално разпространявани всекидневника. Това са „**Де Телеграаф**“ („**De Telegraaf**“, „Телеграф“), „**Алгемеен дахблад**“ („**Algemeen Dagblad**“, „Общ всекидневник“), които са определяни като масови издания, за разлика от „**Де Фолскрант**“ („**De Volkskrant**“, „Вестник на хората“), „**Ен Ре Сей ханделсблад**“ („**NRC Handelsblad**“), „Трау“ („**Trouw**“, „Вяра“), „**Реформаторисх Дахблад**“ („**Reformatorisch Dagblad**“, „Реформаторски всекидневник“) и „**Недерландс Дахблад**“ („**Nederlands Dagblad**“, „Холандски вестник“), които са приемани за качествена преса. Към тях трябва да бъдат прибавени и два специализирани всекидневника – „**Финансиел дахблад**“ („**Financieel Dagblad**“, „Финансов всекидневник“), който предлага финансови и бизнес новини и „**Аграрисх дахблад**“ („**Agrarisch Dagblad**“, „Селскостопански всекидневник“), тематично насочен към селското стопанство. Интересно е, че до края на 60-те години на 20 век върху медийното съдържание на вестниците силно влияние оказва тяхната политическа или религиозна принадлежност (социалистическа/либерална и католическа/протестантска). Това се преодолява едва през 70-те години, когато към всяко издание се създава т.нар. редакционен правилник, в който подробно са описани въпросите свързани с идентичността на вестник, бюджета, с който разполага, независимостта му.

По-голямата част от холандските вестници са собственост на 5 големи компании – белгийско-холандската „**Де Персгруп Недерланд**“<sup>286</sup> („**De Persgroep Nederland**“), преди това известна като „**Перскомбинати**“ („**Perscombinatie**“, РСМ), който държи 31 % от пазарния дял и има 6 национално разпространявани всекидневника, „**Телеграаф медия груп**“ („**Telegraaf Media Groep**“) с 25 % и един национално разпространяван всекидневник, „**ВНУ Дахбладенгруп**“ („**VNU Dagbladengroep**“) с 18 %, „**Вегенер**“ („**Wegener**“) с 16 %, която е лидер на пазара на регионални издания и „**Норделиейке дахблад комбинати**“ („**Noordelijke Dagblad Combinatie**“) със 7 %.

Най-тиражният холандски вестник е „**Де Телеграаф**“<sup>287</sup> („**De Telegraaf**“, „Телеграф“) със своите около 700 хил. екз. Издава се в Амстердам. Собственост е на медийната компания „Телеграаф Медия Груп“. Политически се определя като десен.

„**Де телеграф**“ се появява на 1 януари 1893 г. Основан е от Хенри Тиндал, който малко след появата му, започва да издава още един вестник – „**Де Курант**“ („**De Courant**“, „Вестник“). След смъртта му през

---

<sup>286</sup> [www.pergroep.nl](http://www.pergroep.nl)

<sup>287</sup> [www.telegraaf.nl](http://www.telegraaf.nl)

1902 г., печатарят Хендрикус Маринус Корнелис „Хак“ Холдерт, с помощта на банкови заеми, купува двата вестника. Той добавя като подзаглавия имената „Амстердамске курант“ („**Amsterdamsche Courant**“, „Амстердамски вестник“) към „Де Телеграаф“ и „Хет ниус ван ден дах“ („**Het Nieuws van den Dag**“, „Новините на деня“) към „Де Курант“.

По време на Първата световна война, когато Нидерландия официално се обявява за неутрална, „Де телеграф“ застъпва профренска и проанглийска позиция. Въпреки това по време на Втората световна война, вестникът е принуден да публикува официалната прогерманска пропаганда, в резултат на което, след края на войната, му е забранено да излиза в продължение на 30 години. Подобен модел е характерен и за други европейски страни (например Франция) с цел да бъде ограничена крайнодясната политическа линия. Забраната е отменена още през 1949 г. и малко след това „Де телеграф“ става водещият вестник в Нидерландия.

„Де Курант“ спира да излиза през 1998 г., а от началото на 2004 г. „Де телеграф“ започва да публикува и неделно издание.

Другият популярен масов национално разпространяван всекидневник е „Алгемеен дахблад“<sup>288</sup> („**Algemeen Dagblad**“, „Общ всекидневник“), наричан накратко АД. Вестникът е основан в Ротердам през 1946 г. и в момента е собственост на медийната компания „АДе Ниус Медия“ („AD NieuwsMedia“), зад която стои „Де Персгруп Недерланд“. Тиражът на вестника е 315 хил. екз. Политически е определен като десен.

„Де Фолкскрант“<sup>289</sup> („**De Volkskrant**“, „Вестник на хората“) е основан през 1919 г. в Ден Бош, в началото като католически вестник, симпатизиращ на Католическа народната партия. През 1945 г. е преоснован и преместен в Амстердам. Политически е определен като лявоцентристки. Собственост е на компанията „Де Персгруп Недерланд“ и е с тираж от близо 326 хил. екз.

„Ен Ер Сей Ханделсблад“<sup>290</sup> („**NRC Handelsblad**“, „Ен Ер Сей търговски вестник“) е основан през 1970 г. след обединяването на два други холандски вестника – „Алгемеен ханделсблад“ („**Algemeen Handelsblad**“, „Общ търговски вестник“), основан през 1828 г. в Амстердам и „Ниу Ротердамске Курант“ („**Nieuwe Rotterdamsche Courant**“, „Нов Ротердамски вестник“), създаден през 1844 г. в Ротердам. Мото на вестника е „Lux et Libertas“ („Светлина и Свобода“). Издава се в Ротер-

---

<sup>288</sup> [www.ad.nl](http://www.ad.nl)

<sup>289</sup> [www.volkskrant.nl](http://www.volkskrant.nl)

<sup>290</sup> [www.nrc.nl](http://www.nrc.nl)

дам и е собственост на „Де Персгруп Недерланд“. Тиражът му е около 240 хил. екз. Политически е определян като либерален.

От началото на 2006 г. същата компания започва издаването и на сутрешния вестник „енерсей.некст“<sup>291</sup> („**nrc.next**“, „енерсей.следващ“), насочен към младите образовани читатели, които не четат редовно вестници и са потребители предимно на безплатните всекидневници. Съдържанието му включва основно преработени текстове от „Ен Ер Сей Ханделсблад“, но има собствен редакторски екип. Тиражът му е над 310 хил. екз.

„Трау“<sup>292</sup> („**Trouw**“, „Вяра“) започва да излиза през Втората световна война като издание на протестантската съпротива срещу нацистката окупация, но твърде нередовно, поради липсата на хартия. В момента е един от водещите сериозни вестници, собственост е на „Де Персгруп Недерланд“ и е с тираж над 105 хил. екз. Издава се в Амстердам. Политически е определян като ляв.

„Реформаторисх Дахблад“<sup>293</sup> („**Reformatorisch Dagblad**“, „Реформаторски всекидневник“) и „Недерландс Дахблад“<sup>294</sup> („**Nederlands Dagblad**“, „Холандски всекидневник“) са десни християнски вестници. Първият е създаден през 1971 г. в гр. Апелдорп и е с тираж от 60 хил. екз. Вторият започва да се публикува още през 1944 г., но под друго име, а сегашното получава през 1967 г. и тиражът му е около 30 хил. екз.

Сред интересните регионални вестници е „Хет Парол“<sup>295</sup> („**Het Parool**“, „Паролата“), който излиза в района на Амстердам. Основан е по време на Втората световна война, като нелегално издание на холандската съпротива срещу нацистката окупация, поради което политически е определян като ляв. Собственост е на белгийската компанията „Фламске персгруп“ („**Vlaamse Persgroep**“) и има тираж от 89 хил. екз.

С подобен тираж е и регионалният за Лимбург в. „Дахблад де Лимбурхер“<sup>296</sup> („**Dagblad de Limburger**“, „Всекидневник на Лимбург“), който е основан през 1996 г., но е продължение на по-старо издание и е собственост на медийната компания „Телеграаф Медия Груп“.

Медийната компания „Вегенер“ държи собствеността на регионалните издания „Де Хелдерландер“<sup>297</sup> („**De Gelderlander**“, „Гелдерландер“).

---

<sup>291</sup> [www.nrcnext.nl](http://www.nrcnext.nl)

<sup>292</sup> [www.trouw.nl](http://www.trouw.nl)

<sup>293</sup> [www.refdag.nl](http://www.refdag.nl)

<sup>294</sup> [www.nd.nl](http://www.nd.nl)

<sup>295</sup> [www.parool.nl](http://www.parool.nl)

<sup>296</sup> [www.limburger.nl](http://www.limburger.nl)

<sup>297</sup> [www.degelderlander.nl](http://www.degelderlander.nl)

дерец“), създаден още през 1848 г. и „Брабантс Дахблад“<sup>298</sup> („**Brabants Dagblad**“, „Всекидневник на Брабантс“), продължение на създаден още през 1771 г. друг вестник, поради което се приема за един от най-старите все още излизачи холандски вестници, с настоящето си име е от 1959 г. И двата вестника са с тиражи около 140 хил. екз.

За Нидерландия е характерно доброто разпространение и на безплатните вестници. Такива са „Метро“ („**Metro**“, „Метро“), притежание на едноименната шведска копания „Метро Интернешънъл“ и „Спитс“<sup>299</sup> („**Spits**“, „Натоварен час“), собственост на „Телеграаф Медия Груп“. И двете издания набавят новинарското си съдържание от националната информационна агенция ANP и са с тираж от около 300 хил. екз.

Сред новите безплатни всекидневници е „Де Перс“<sup>300</sup> („**De Pers**“, „Пресата“), създаден през 2007 г. с тираж от 250 хил. екз.

## СЪВРЕМЕННИ СПИСАНИЯ

Медийният пазар на списания в Нидерландия е изключително разнообразен, подобно и на останалите европейски държави. В страната излизат над 8 хиляди заглавия от различен порядък. Сред най-популярните са женските лайфстайл списания, които общо достигат до 1.4 млн. екз. седмично, но не по-малко купувани са и светските списания, както и тези с програмата на радиото и телевизията. Също така съществуват специализирани научни списания, които обикновено излизат на английски език, както и младежки списания. Повече от половината заглавия сред тиражните списания принадлежат на финландската медийна компания „Санома“ („**Sanoma**“), която е сред най-големите европейски издатели и притежава собственост включително и в България.

Сред по-известните списания е седмичното „Елсевир“<sup>301</sup> („**Elsevier**“). То е създадено през 1940 г. като илюстрирано месечно списание, но по-късно печели популярност с независимата си политическа линия (въпреки че е по-скоро дясноцентристко) и със социалната критичност на текстовете си. Тиражът му е около 140 хил. екз.

Подобно като насока е „Фрей Недерланд“<sup>302</sup> („**Vrij Nederland**“, „Свободна Нидерландия“). То е създадено през 1940 г. по време на на-

---

<sup>298</sup> [www.brabantsdagblad.nl](http://www.brabantsdagblad.nl)

<sup>299</sup> [www.spitsnet.nl](http://www.spitsnet.nl)

<sup>300</sup> [www.depers.nl](http://www.depers.nl)

<sup>301</sup> [www.elsevier.nl/](http://www.elsevier.nl/)

<sup>302</sup> [www.vn.nl/](http://www.vn.nl/)

цистката окупация на страната, но по-късно се налага като популярно лявоцентристко седмично списание, с качествени текстове и разнообразна тематика. Тиражът му е около 67 хил. екз.

„Де Хруне Амстердамер“<sup>303</sup> („De Groene Amsterdammer“, „Зеленият амстердамец“) е едно от най-старите холандски списания. Създадено е през 1877 г. в Амстердам и се определя като независимо новинарско седмично списание с тираж от около 17 хил. екз. Съдържанието му е доста разнообразно като включва както политически новини и коментари, така и социални, културни и популярни теми.

Интересно е и седмичното „ПеХаПе/Де Тейд“<sup>304</sup> („PHP/De Tijd“), което започва да се публикува от 1990 г., след обединението на две по-стари списания – „Хаахгсе Пост“ („Haagse Post“, „Поща на Хага“) и „Де Тейд“ („De Tijd“, „Време“), последното е едно от старите католически издания, което излиза в периода между 1845 г. и 1974 г.. Тиражът му е около 40 хил. екз.

Сред светските списания, в които единствено в Нидерландия може да бъдат видяни елементи на таблоидна журналистика, са „Приве“ („Privé“, „Частен“), което е собственост на „Телеграаф Медия Груп“ и има тираж от над 300 хил. екз., както и „Стори“ („Story“, „История“) и „Викенд“ („Weekend“, „Уикенд“) с тиражи от над 230 хил. екз. Сред заглавията на женските лайфстайл списания могат да бъдат споменати „Либеле“<sup>305</sup> („Libelle“), „Маргриет“<sup>306</sup> („Margriet“), „Фриндин“<sup>307</sup> („Vriendin“, „Приятелка“) и други.

## РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЯ

Радио-телевизионната система в Нидерландия е подобна на останалите европейски държави и се състои от радио и телевизионен оператор и множество частни радио и телевизионни станции.

Според някои изследователи първата радиостанция започва редовни емисии именно в Нидерландия, програмата ѝ е забелязана от Великобритания. Официалното радиоразпръскване в страната стартира през 1925 г., като времето за излъчване е поделено между различни обществени организации (социалистически, католически, протестантски,

---

<sup>303</sup> [www.groene.nl/](http://www.groene.nl/)

<sup>304</sup> [www.hpdetijd.nl/](http://www.hpdetijd.nl/)

<sup>305</sup> [www.libelle.nl](http://www.libelle.nl)

<sup>306</sup> [www.margriet.nl](http://www.margriet.nl)

<sup>307</sup> [www.vriendin.nl](http://www.vriendin.nl)

либерално-политически), които го наемат. Така, според холандската държава, чрез въведената пиларизация, се гарантира разнообразието на социалните и религиозните позиции. Тези организации не са държавни, а програмата на двете обществени радиостанции информационната Радио 1<sup>308</sup> (**Radio 1**) и музикалната Радио 2<sup>309</sup> (**Radio 2**) не се финансира нито от държавата, нито от лицензионни такси, а рекламите (с малки изключения) са забранени.

---

**Пиларизацията** (на хол. ез. *verzuiling*) описва съществуващата дълго време сегрегация на холандското общество. Тя е част от философията на Антиреволюционната партия, която чрез нея се опитва да обясни нуждата на различни сфери на влияние в обществения живот на страната. Определени са три големи сфери (или пилари), дефинирани от различните религии или идеологии – католическа, протестантска и социалистическа. Интересите на пиларите са представени от техните медии, политически партии, социални институции, банки, училища, университети и т.н., включително и чрез различните търговски организации. Моделът е характерен и за Белгия.

---

По време на нацистката окупация, радиото изпълнява пропагандни функции и са въведени лицензионни такси, запазени и по-късно.

През 1965 г. се появява и третият радиоканал **3 ЕфЕм**<sup>310</sup> (**3 FM**), който е музикален и цели да конкурира популярния частен музикален канал **Радио Вероника (Radio Veronika)**, който излъчва, без необходимите законови основания. Четвъртият радиоканал **Радио 4**<sup>311</sup> (**Radio 4**), който представя класическа музика и петият радиоканал **Радио 5**<sup>312</sup> (**Radio 5**), който представя популярна музика и кратки информационни блокове, стартират съответно през 1975 г. и през 1983 г. В Нидерландия има и международна радио и телевизионна станция, насочена към чуждестранна аудитория – **Радио Недерланд Верелдомруп (Radio Nederland Wereldomroep, RWW)**, чийто първи емисии започват още през 1927 г.

Телевизионното радиоразпръскване следва модела на радиото, първите емисии се появяват през 1951 г. чрез програмата на **Недерланд 1**<sup>313</sup> (**Nederland 1**). Вторият телевизионен канал **Недерланд 2**<sup>314</sup> (**Nederland 2**) е създаден през 1964 г. и представя спорт, забавни и пуб-

---

<sup>308</sup> [www.radio1.nl](http://www.radio1.nl)

<sup>309</sup> [www.radio2.nl](http://www.radio2.nl)

<sup>310</sup> [3fm.nl](http://3fm.nl)

<sup>311</sup> [www.radio4.nl](http://www.radio4.nl)

<sup>312</sup> [www.radio5.nl](http://www.radio5.nl)

<sup>313</sup> [www.nederland1.nl](http://www.nederland1.nl)

<sup>314</sup> [www.nederland2.nl](http://www.nederland2.nl)



лицистични предвания, а третият – **Недерланд 3**<sup>315</sup> (**Nederland 3**) – през 1988 г. и е ориентиран към детски и младежки предавания. Освен това съществуват още 13 регионални обществени оператора.

Финансирането на обществените радио и телевизия се осъществява чрез лицензионни такси, плащани от всички граждани, които имат радио и телевизионни апарати, както и от такси, заплащани от различните обществени асоциации, а също и от реклами. Асоциациите (като VARA – Workers Radio Amateurs Association, AVRO – General Radio Broadcasting Association, NCRV, VPRO – Liberal Protestant Radio Broadcasting Association, KRO – Catholic Radio Broadcasting Foundation, EO – Evangelical Organization, TROS – Televisie Radio Omroep), зад които стоят интересите на различните пилари, членуват в Комитета за медии (Commissariaat voor de Media), който ръководи програмите на базирания в гр. Хилверсум обществен оператор **Недерландсе публице омруп**<sup>316</sup> (**Nederlandse Publieke Omroep**, NPO). Радио и телевизионните програми са подготвяни както от асоциациите, така и от независимите продуценти, които, освен за обществени, работят и за комерсиалните канали. Сред големите продуцентски компании са „**Ендемол**“<sup>317</sup> („**Endemol**“) и „**Мотек**“<sup>318</sup> („**Motek**“).

Подобно на другите европейски държави, частните радио и телевизия в Нидерландия са разрешени едва през 80-те години, когато, чрез сателит или чрез кабелни мрежи, често собственост на регионалните електрически компании, започват да се предават чужди комерсиални канали. След промяна на медийния закон през 1988 г. се появява и първата частна комерсиална телевизия, собственост на „**Ер Те Ел**“ („**RTL**“) и първите комерсиални радиостанции **Скай радио**<sup>319</sup> (**Sky Radio**) и **Радио 10 (Radio 10)**.

В програмното си съдържание частните медии акцентират върху забавни предавания, шоу програми, филми, сериали, спортни събития. Сред рейтинговите частни телевизионни канали са тези от групата на „Ер Те Ел“. Водещо положение заема **Ер Те Ел 4**<sup>320</sup> (**RTL 4**), който стартира през 1989 г., първоначално като програма излъчвана чрез сателит и подготвяна в Люксембург. Съдържанието ѝ включва шоу програми,

---

<sup>315</sup> [tvlab.nederland3.nl/](http://tvlab.nederland3.nl/)

<sup>316</sup> [omroep.nl](http://omroep.nl)

<sup>317</sup> [www.endemol.com](http://www.endemol.com)

<sup>318</sup> [www.motekentertainment.com](http://www.motekentertainment.com)

<sup>319</sup> [www.skyradio.nl](http://www.skyradio.nl)

<sup>320</sup> [www.rtl4.nl](http://www.rtl4.nl)

сериали (сред които първият и най-дълго излъчван холандски сериал „Добри времена, лоши времена“, „Goede tijden, slechte tijden“), риалити формати и спорт. В Люксембург са базирани и другите телевизии от групата – **Ер Те Ел 5**<sup>321</sup> (RTL 5), която представя главно американски филми, сериали и шоу програми, **Ер Те Ел 7**<sup>322</sup> (RTL 7), съдържаща спортни предавания и ориентирана към мъжката аудитория и **Ер Те Ел 8**<sup>323</sup> (RTL 8), който стартира като телевизия **Талпа (Talpa)**, собственост на известния телевизионен продуцент Джон де Мол („Ендемол“), по-късно е продадена на „Ер Те Ел“ и като цяло е насочен към женската аудитория с множество риалити формати и сериали. Други предпочитани телевизии са **Нет 5**<sup>324</sup> (Net5) и **Ес Би Ес 6**<sup>325</sup> (SBS6), които са собственост на немската телевизионна компания „**Про Зибен.Сат1 Медия**“ („ProSiebenSat 1 Media“), както и музикалният канал **Те Ем Еф**<sup>326</sup> (TMF), собственост на медийната компания „**Ем Ти Ви**“ („MTV“), който, освен в Нидерландия, излъчва подобни програми и в Белгия и Австралия. Има и близо 400 частни регионални и местни радиостанции, като сред популярните е музикалната младежка радиостанция **Радио 538**<sup>327</sup> (Radio 538).

## ИНФОРМАЦИОННА АГЕНЦИЯ

От голямо обществено значение в Нидерландия е и информационната агенция **А Не Пе (ANP)**<sup>328</sup>, която е създадена през 1934 г. и чийто новини се ползват от големите холандски вестници, радио и телевизионни станции, интернет сайтове.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Голямото разнообразие на медийни формати и значимите като общ брой медии в Нидерландия отразяват важното значение, което холандското общество отдава на публичната комуникация. Макар в страната да не се наблюдават езикови различия, социалните и религиозни

---

<sup>321</sup> [www.rtl5.nl](http://www.rtl5.nl)

<sup>322</sup> [www.rtl7.nl](http://www.rtl7.nl)

<sup>323</sup> [www.rtl8.nl](http://www.rtl8.nl)

<sup>324</sup> [www.net5.nl](http://www.net5.nl)

<sup>325</sup> [www.sbs6.nl](http://www.sbs6.nl)

<sup>326</sup> [www.tmf.nl](http://www.tmf.nl)

<sup>327</sup> [www.radio538.nl](http://www.radio538.nl)

<sup>328</sup> [www.anp.nl](http://www.anp.nl)

особености продължават да влияят върху гражданите. Действително Нидерландия е определяна като пример за демократично политическо управление, за толерантност и създаване на условия за либерални свободи, но този социален баланс е постигнат чрез продължителни процеси на социално сътрудничество, компромиси и информационно споделяне. Важна роля в тях са играли плуралистичните холандските медии, които и днес продължават да имат обществено влияние.

## Литература

- Ангелова, В. Съвременното радио. Модели на развитие, С., 2007.
- Дейвис, Н. Европа. История, 2005, Абагар Велико Търново.
- Енциклопедия Larousse. Тема медии, С., 2000, ICON.
- Западна Европа, Ч.3: Белгия, Великобритания, Монако, С., 1999, Гамма.
- Попов, Н. Бенелюкс – Културно-политическо и социално-икономическо Пространство – География, 3/2008.
- История печати, Том I, М., 2001, Аспект Прес.
- Andeweg, R. B., G. A. Irwin, Governance and Politics of the Netherlands, 2005, Palgrave Macmillan.
- Bakker, P. Dutch Media.
- Bryant, Ch. G. A. Depillarisation in the Netherlands – The British Journal of Sociology, Vol. 32, No. 1 (Mar., 1981), pp. 56-74, достъпно на адрес: <http://www.jstor.org/stable/589763>.
- Green-Pedersen, C. The Politics of Justification. Party Competition and Welfare-State Retrenchment in Denmark and the Netherlands from 1982 to 1998, 2002, Amsterdam University Press.
- Greshoff, J. Dutch Journalism Abroad (1940-1945) – Books Abroad, Vol. 19, No. 4 (Autumn, 1945), pp. 333-336, достъпно на адрес: <http://www.jstor.org/stable/40085877>.
- Hitchens, L. P. Media Ownership and Control: A European Approach – The Modern Law Review, Vol. 57, No. 4 (Jul., 1994), pp. 585-601, достъпно на адрес: <http://www.jstor.org/stable/1096556>.
- Kelly, M., G. Mazzoleni, D. McQuail. The Media in Europe. London, 2004, SAGE.
- Marran, J. F. The Netherlands, 2004, Chelsea House Publishers.
- Moore, B., H. van Nierop (eds.) Twentieth-century Mass Society in Britain and the Netherlands, 2006, Berg.
- State, P. F. A Brief History of the Netherlands, 2008, Infobase Publishing.
- Willams, K. European media studies, 2005, Hodder Arnold.

## 8: ФИНЛАНДИЯ

*Мария Попова*

### ПЪРВИ ИЗДАНИЯ

Финландия е една от европейските страни с по-късна поява на собствени медии, но това е резултат от нейното специфично историческо развитие. Въпреки че е сред големите по територия държави, нейната национална самостоятелност е късно призната, а финландците, които още от първия век от новата ера започва да формират собствена етническа, културна и езикова обособеност, са принудени да съжителстват под чуждо господство и да приемат неговите управленски и социални модели. Най-съществено влияние в това отношение остава съседна Швеция, която завзема финландските земи през 12 век и налага принудителна християнизация и данъчно облагане на местното население. По време на Калмарската уния, когато под датското управление са обединени териториите на днешните Дания, Норвегия, Швеция и Финландия, страната се ползва с относителна автономия. Постепенно тези права са отменени, в администрацията, съдилищата, войската, училищата, църквата и въобще във всички органи на националната и местна власт преобладават шведски преставители, а шведският език се налага като официален. Това води не само до недоволство сред местното население и особено сред селяните, но и ограничава възможностите на финландците да изградят собствена интелигенция и национална култура.

През 17 век страната, като част от шведската държава, е въвлечена във войни с Дания, Норвегия, Полша и Русия, участва и в катастрофалната за Западна и Северна Европа тридесет годишна война, от които Швеция излиза победител, но финландското население е оставено без продоволствия.

Това е и периодът, през който е създаден първият шведски вестник – през 1645 г. в Стокхолм започва да излиза „**Ординери пост тийдендер**“ („**Ordinäri Post-Tijnder**“, „Редовни пощенски времена“). Неговите броеве се разпространяват и във Финландия и са предназначен за шведската аристокрация и чиновничество.

В началото на 18 век шведският крал Карл XII (1682-1718), известен като „Наполеон на севера“, губи поредната война с Русия и нейни-

те войски окупираат финландските територии до примирието от 1721 г. През следващите години в страната настъпва „епохата на свободата“, установява се социална стабилност и се оформя политическа консолидация. Според приетата през 1720 г. шведска конституция, правомощията на шведския крал са ограничени, а управлението на страната е поверено на риксдага (шведския парламента) и риксрода (държавния съвет). Социалните и външнополитически противоречия между привържениците и противниците на председателя на държавния съвет Арвид Хорн се оказват основата, върху която се създават първите две политически формации в Швеция – „партията на шапките“, в която се включват противниците на Хорн и която иска продължение на войната с Русия и „партията на калпаците“, в която се обединяват неговите привърженици и която е против нови военни действия. Висшите кръгове във Финландия в по-голямата си част застават зад тази партия, като разчитат, че възможността страната да застане като буфер между Швеция и Русия ще засили нейната самостоятелност. Макар партиите да се редуват в управлението на Швеция, от първоначалното им противоборство победител излиза „партията на шапките“, зад която стои френската дипломация и чието управление на този етап води през 1741 г. до нова война с Русия и до последваща нова окупация на Финландия.

Като цяло 18 век се оказва период на силни антишведски настроения сред финландското общество. Икономиката на страната е дестабилизирана още по време на Северната война през 1700-1721 г., в която принудително са включени и хиляди финландци. По време на руско-шведската война през 1741-1743 г. руската дипломация също оказва въздействие като на 18 март 1742 г. официално е обнародван манифест, подписан от руската императрица Елисавета, в който Русия призовава към създаването на независима от шведското управление Финландия, под автономна власт на Русия. В резултат на това, след края на войната Югоизточна Финландия остава под руска юрисдикция.

Противоречията във външнополитическата линия обаче не спират медийното развитие. През 1730 г. в университета във финландския град Турку е създадена редакционна колегия по примера на немските университети, а студентите са агитирани да използват пресата като информационен източник. Налага се идея да започне да се издава финландски вестник. С тази задача се заема прогресивното общество „Аврора“, което е основано в Турку през 1770 г. и в чийто устав е записано, че ще издава и вестник. Неговата реализация е задължение на секретаря на дружеството – професора по латински език Хенрик Габриел Портан,

който е един и от основателите на дружеството. По този начин Портан става първият журналист във Финландия, а журналистическата му кариера продължава цели 30 години.

---

**Хенрик Габриел Портан** (1739-1804) е финландски филолог, просветител и етнограф. Завършва университета в Або (Турку) през 1754, където от 1777 г. е професор по реторика и латински език. Той е първият, който превръща изследването на историята на Финландия в самостоятелна научна област, което по-късно му носи прозвището „баща на финландската история“. В периода 1766-1804 издава в 5 тома произведения на финландския фолклор, както и над 1000 страници с документи за историята на страната. Основният му научен труд е събирането и отпечатването на древните хроники на епископите на Финландия, написани на латински език „Pauli Juusten Chronicon epi s cororum finlandensium“, допълнени от множество коментари. Финландската морфология и народна словесност Портан изучава в текста си „De poesii fennica“. Занимава се и със събиране на пословици и други текстове на народното творчество. Показвайки богатата поезия, написана на фински език, той пробужда дълбокия интерес към финландския фолклор и литература.

Портан е сред основателите на просветителското общество „Аврора“ в Турку, както и сред създателите и първи главен редактор на първия финландски вестник „**Тиднингар Утгифне аф ет Селскап и Або**“ („Tidningar Utgifne af et Sällskap i Abo“, Новини от обществото в Або“).

През 1864 г. благодарното финландско общество му издига паметник в гр.Турку.

---

Така първи финландски вестник става в „Тиднингар Утгифне аф ет Селскап и Або“ („**Tidningar Utgifne af et Sällskap i Abo**“, „Новини от обществото в Або“<sup>329</sup>), който продължава да се списва на шведски език. Вестникът излиза епизодично в периодите между 1771–1778, 1782–1785 и 1789 г., а от 1791 г. започва да се публикува редовно. Първите сътрудници на вестника са членовете на общество „Аврора“. Въпреки че по време на създаването си изданието се възползва от относителната свобода на словото в Швеция (и съответно във Финландия), неговото съдържание не е особено разнообразно.

Трябва да се отбележи, че възникването на финландската писменост се отнася към 16 век и е свързана със започналата реформа в страната през 1521 г. Първите печатни книги на фински език са издадените от М. Агрикол „Азбука“ (1542 г.), превод на Новия завет (1548 г.) и Псалтир (1551 г.). Доминирането на църковно-християнските книги сред

---

<sup>329</sup> Або е старото име на град Турку, който до 1809 г. е столица на Финландия. – б.м.

финландскоезичната литература продължава чак до 19 в. Развитието на литературния фински език е значително забавено, въпреки че се правят опити за създаване на граматика на фински език, речници, описание на историята и обичаите на финландците. Езикът, чрез който се развива финландската култура, както и тази в цяла Европа, е латинският, който основно се използва и в университета в Турку.

През 1766 г. въпреки че със закон е отменен указът, според който политически и международни новини могат да се публикуват единствено в шведския в. „**Ординери пост тийдендер**“, а новини за Финландия само в шведския в. „**Пост-ош Инрикес Тиднингар**“ („**Post-och Inrickes-Tidningar**“, „Пощенски и местни времена“), нещата не се променят.

„Або Тиднингар“, както наричат накратко първият финландски вестник, представя информация за университета в Турку, за града, за съда, за служебни назначения и различни научни събития от света. Много от преподавателите пишат материали, отнасящи се до тяхната научна област. Публикуват се текстове, посветени на география на Финландия и на световна история. Даже през 1795 г. информацията подтиква самия Портан да издаде първия труд, отнасящ се до географията на Финландия. Особена актуалност на вестника придават историческите статии, биографиите, документалните публикации. Така вестникът е исторически алманах на 90-те години на 18 век. Създаден е и специален отдел за художествена литература, който също е списван и редактиран от членовете на общество „Аврора“. Сред известните имена, които членуват в обществото, освен Портан, са поетът Йохан Хенрик Келгрен, лингвистът и професор по богословие Карл Абрахам Клевберг, неговият син Абрахам Никлас Клевберг (Еделкранц), станал по-късно известен шведски поет и изобретател, шведският и финландският изследовател и пътешественик Пер Калм, който получава световна известност с книгата си, посветена на експедицията му в Северна Америка, първите финландски поетеси Брита Сидония и Катарина Хастфер. Освен оригинални публикации във вестника има и много преводи. Най-известният поет, който представя свои работи, е Франц Михаел Францен, професор по история, ученик на Портан, който започва да работи във вестника през 1795 г., а от 1798 г. отговаря изцяло за него. Той променя и съдържанието му, съобразно модела на тогавашните европейски вестници – с повече новини и обяви. Вместо документални публикации, Францен отдава предимство на историческите материали, на световната литература – например първи представя във Финландия творчеството на немските поети Гьоте и Шилер.



---

**Франс Михаел Францен** (1772 –1847) е шведски и финландски поет. Едва 13-годишен влиза да учи в университета в Турку, където слуша лекции на Хенрик Габриел Портан. Завършва университета през 1789 и три години по-късно започва обиколка на Дания, Германия, Франция и Великобритания. Завръщайки се през 1796 г. приема поста библиотекар на университета. През 1801 г. става професор по история и етика, а от 1808 г. е член на Шведската академия на науките. След присъединяването на Финландия към Русия се премества да живее в Швеция.

---

Постепенно се засилва политическата цензура, която особено се ожесточава след 1774 г., при опита на шведския крал Густав III да се справи с опозицията. „Або Тиднингар“ е закрит през 1785 г., когато, според новия кралски указ, издателите трябва да имат специално разрешение да издават печатни произведения.

През следващите няколко години в страната се появяват и други вестници, които продължават да се списват на шведски език – в. „**Финландс алмена тиднинг**“ („**Finlands Allmänna Tidning**“, „Общ финландски вестник“), който започва да излиза от 1830 г., в. „**Хелсингфорш моренбладет**“ („**Helsingfors Morgensbladet**“, „Хелзинкски сутрешен вестник“), основан през 1832 г. и редактиран от популярния поет И.Л. Рунеберг, първият модерен либерален в. „**Хелсингфорш дагблад**“ („**Helsingfors Dagblad**“, „Хелзинкски вестник“), създаден през 1862 г., в. „**Хуфвудстадсбладет**“ („**Hufvudstadsbladet**“, „Основен държавен вестник“), започнал да излиза през 1864 г. и появилият се през 1885 г. в. „**Финланд**“ („**Finland**“, „Финландия“).

До началото на 19 век финландското общество продължава да чете повечето от стокхолмските вестници, както и някои немски издания като в. „**Хамбургер кореспондент**“ („**Hamburger Correspondent**“, „Хамбургски кореспондент“), който е сред най-добре разпространяваните немскоезични вестници в Европа и който служи като информационен източник на финландските журналисти.

Вдъхновен от примера на общество „Аврора“ финландският пастор Анти Лизелиус става редактор на първия вестник на фински език. Това е „**Суоменкиейлисет тьетто-саномат**“ („**Suomenkieliset Tietosanommat**“, „Финландски новини“), който се публикува два пъти в месеца през 1776 г. като просветителски и образователен вестник. В изданието се дават съвети в областта на агрокултурата и по други селскостопански теми, публикува във вид на серия от статии първият финландски учебник по география. За разлика от шведскоезичните си колеги, вестникът публикува международни новини, които на финландски език, не могат

да се прочетат в нито един друг вестник – следи гражданската война в Америка, публикува първото описание на индианците и особеностите на техния живот. Целта е изданието да се чете от просветените селяни и свещеници, които да разпространяват информацията сред населението. „Суоменкийейлисет тието-саномат“ има размер на малка книга, така че може да се приеме и за списание. Сътрудниците на изданието обаче са малко, което принуждава редактора му да го закрие в края на 1776 г.

„Суоменкийейлисет тието-саномат“ показва една интересна особеност на пресата от този период – трудността да се определи границата между вестника и списанието. Вестникът на Лизелиус използва наложения в Европа модел на „моралните списания“, подобно на английските „Тетлър“ и „Спектейтър“. Този тип преса бързо намира последователи в цяла Европа, включително и в Швеция. Интересен пример е шведският в. „Ден Свенска Аргус“ („**Then Svänksa Argus**“, „Шведски Аргус“), което се публикува веднъж седмично в периода 1732 – 1734 г. от шведския поет Улоф фон Далин. Разликата спрямо Финландия е, че по това време в страната няма добре развита обществена структура и градска култура, от чийто среди обикновено са основните читатели на тези списания.

През 1782 г. синът на Анти Лизелиус, пастор Самюел Лизелиус, започва да издава свое списание „**Ом Констен ат рат бехага**“ („**Om Konsten att Rätt Behaga**“, „За изкуството на удоволствието“), а година по-късно е редактор и на друго издание „**Ангенема сиелфсволд**“ („**Angenäma Sjelfsvåld**“, „Приятни предизвикателства“).

Списанията на Самюел Лизелиус се отличават тематично – първото скъсва с общохристиянските ценности и вярва в силата на просвещението, а второто съдържа развлекателни и критически материали, особено спрямо салонните маниери. Нито едно от двете издания обаче не просъществува дори цяла година, главно защото не намират интерес сред финландската аудитория.

Като единственото общофинландско списание, което излиза по време на шведското управление, може да бъде определено литературно – научното „**Алмен литератур-тиднинг**“ („**Allmän Litteratur Tidning**“, „Общ литературен вестник“). Списанието е създадено през 1803 г. по идея на Хенрик Портан, който участва в списването му, заедно с още 12 професори от университета в Турку. Съдържанието включва много научни статии – главно от областта на естествените науки, а архиепископът на Турку Якоб Тенгстрьом се явява застъпник на някои либерални теологически течения. Консервативният лутерански архие-

пископ в Швеция обаче се противопоставя на тези насоки и съдейства за закриването на цялото издание.

В периодите между 1788-1790 г. и между 1808-1809 г. има нови руско-шведски войни. В резултат на тях населението и на останалата част от Финландия доброволно приема да се присъедини към Руската империя. Така е създадено Великото княжество Финландия, което се ползва с широка автономия – както административна, така и социална и икономическа. В специална прокламация руският император Александър I обявява, че гарантира на финландското население запазването на техния език, на лутеранското им вероизповедание, на законите и свободите, които имат и досега. По това време Русия цели създаването на полуавтономни държави, които да изградят обръч около империята и на които да им бъде разрешено да имат регионални различия – етнически, религиозни и политически, с цел да се наблюдава практическото приложение на идеите на Просвещението. С подобни императорски укази след 1721 г. към Русия са присъединени и прибалтийските държави.

Въпреки че руският император е признат за велик княз на Финландия, на страната е даден правото да се определя като национална държава – нещо, което досега шведите отказват. Също така е създадено финландско правителство, наречено от руснаците Сенат с две отделения, който обединява заседанията на изборни сенатори и тези на върховния съд. Ръководството на Сената е поверено на руски генерал-губернатор, но заседанията реално се водят от неговия финландски съветник. Успоредно е възстановена дейността и на финландския парламент.

През 1808 г., когато руските войски навлизат във Финландия, в страна излиза единствено вестник „Або тиднингар“, който обаче не отразява военните действия на своите страници, с изключение на няколко материала посветени на появата на руска войска в Турку. Вестникът продължава на публикува традиционните си материали, стихове и съобщения. Пренебрегването на военните действия се наблюдава и при останалите шведскоезични вестници. От 9 юли 1808 г. на страниците на вестника се появяват военни новини, представени от руска гледна точка. Така „Або тиднингар“ става орган на руския печат и чрез него руснаците се опитват да влияят върху финландското обществено мнение.

От края на 1809 г. новото финландско правителство прави вестника официален орган, като вижда в него символ на своята автономия. Той започва да се публикува под ново име „Або алмена тиднингар“ („**Abo Allmänna Tidningar**“, „Общ вестник на Або“) вече три пъти седмично и в по-голям формат. Съдържанието е разделено на три части – официал-

ни съобщения за културата и обяви, международни новини, които следват традицията на официалните шведски издания и статии, посветени на Финландия, следвайки вече изградената редакционна традиция.

В Петербург е създаден и Комитет по делата на Финландия, който трябва да съдейства за утвърждаване самостоятелността на финландското общество и който наблюдава дейността на висшата администрация на страната, подчиняваща се непосредствено на руския император. За нова столица е избран град Хелзинки<sup>330</sup>, който, за разлика от Турку, не се намира толкова близо до Швеция. С финансовата помощ от руснаците градът е разширен и напълно преобразен, тъй като голяма част от него изгаря по време на войната, в него е преместен даже и университетът. През 1819 г. правителството също се премества в Хелзинки и година след това е основан нов официален вестник „Финландс алмена тиднинг“ („Finlands Allmänna Tidning“, „Общ финландски вестник“). Вестникът излиза на шведски език до 1931 г., а сред това се публикува под името „Виралинен лехти“<sup>331</sup> („Virallinen lehti“, „Официален вестник“), като съществува и досега с функциите на държавен вестник.

Подемът на финландската литература продължава – през 1829-1831 г. за първи път е публикуван знаменитият народен епос на финландците „Калевала“, а между 1864 – 1869 г. излизат някои от най-значимите произведения на водещия финландски драматург Алексис Киви.

По това време се появяват първите прогресивни издания, които защитават идеята за национална идентичност, за определянето на финския език за национален и за налагането на финландската марка като официална валута. Основно социално влияние оказват възгледите и творчеството на поета Юхан Лудвиг Рунеберг, философът, журналист и политик Йохан Вилхем Снелман и лекарят, поет и езиковед Елиас Льонрот.

---

„Калевала“ („Kalevala“, „Земя на герои“), официално публикувана през 1835 г., е литературен епос с около 50 песни, основани на традиционни финландски митове и легенди. Съставен е от Елиас Льонрот (1802-1884), който преработва традиционния фолклор на местното финландско-руско източно-православно население от Източна Финландия, сега северозападна Русия. В епоса за първи път прозират чертите на финландския национализъм, който иска да получи политическа и културна независимост както от шведите, така и от руснаците. Историите са съсредоточени около личността на Вайнамоинен,

---

<sup>330</sup> Град Хелзинки е създаден от шведския крал Густав Ваза през 1550 г. под името Хелсингфорс. – б.м.

<sup>331</sup> [www.virallinenlehti.fi](http://www.virallinenlehti.fi)

„Вечният мъдрец“, който властва над земята Калевала и води борба срещу земята Похола, населена от богове, гиганти и невидими духове.

**Алексис Киви** (с истинското му име Алексис Стенвал, 1834–1872) е финландски писател. Роден е в гр. Нурмиюрви в семейство на шивач. През 1846 г. започва обучението си в Хелзинки, където, през 1859 г., е приет в университета и изучава литература, но се интересува и от театър. Първата му пиеса „Кулерво“ е основана на трагична приказка от „Калевала“. След запознанството си с известния журналист и сенатор Йохан Вилхем Снелман променя шведската си фамилия Стенвал (в превод: „каменен насип“) на финландската Киви (в превод: „камък“). Киви е автор и на сборниците „Канервала“ и „Каркурит“, „Нощ и ден“, драмата „Леа“, чиято постановка слага началото на финландския театър, но става особено популярен с романа си „Седем братя“, който е определян за първия значим роман на фински език.

**Йохан Вилхем Снелман** (1806-1881) е финландски философ, писател, журналист и политик от групата на феноманите. Играе важна роля в утвърждаването финския език като официален и на финландската марка като национална валута. Автор е на редица литературни и научни произведения, на множество критически статии. През 1830 г. участва в литературно-философския кръг „Съботно общество“, известен и като „кръга Тенгстрьома“, чийто ръководител е поетът Юхан Лудвиг Рунеберг (1804-1877). От 1832 г. кръгът издава в. „Хелсингфорш моренблъдет“.

Възгледите на Снелман не се харесват на управляващите в Русия, заплашен е даже със заточение в Сибир, но в крайна сметка започва работа като учител в провинциалния град Куопио в Средна Финландия. От там участва в издаването на в. „Маамиехен юстава“ („*Maamiehen Ystävä*“, „Приятел на селото“), който е насочен към селяните и обикновените финландци. От 1844 г. Снелман пише за започналия да излиза през същата година в. „Сайма“ („*Saima*“), който представя гледната точка на новото, индустриализирано, модерно общество и критикува всичко старо и изостанало, поставят се въпроси за възпитанието, образованието на жените, възможностите на училищата и на университета, прави се преглед на чуждестранната, главно шведска литература. Вестникът е подложен на засилена цензура и в крайна сметка спира да излиза през 1846 г. Снелман пише и за литературното сп. „Литературблад“ (цялото име е „*Litteraturblad för Allmän Medborgerlig Bildning*“, „Литературен вестник за всеобщо гражданско просвещение“).

---

През 1847 г. в Хелзинки започва да излиза първият финландски всекидневник в. „Уси Суометар“ („*Uusi Suometar*“, „Нова Финландия“), а финландското общество и съответно финландските журналисти се разделят на два лагера – феномани и свекомани.

---

**Феноманите** (*Fennomans*) е най-важното политическо движение на 19 век във Великото княжество Финландия. Феноманите искат шведския език да

бъде заменен с финския в публичната администрация, съда и училищата. След Кримската война те основават Финландската партия и си поставят за цел да изведат финския език и финландската култура от подчинената си (използвани само от селското население) позиция до национален език и култура. Въпреки че много от първото поколение феномани използват шведския език като майчин и се налага в следствие да научат фински, те правят съзнателния избор да използват и двата езика в обществото и в семейството си. Някои от тях даже променят шведските си фамилии според финландския маниер.

В края на 19 и началото на 20 век феноманите се разделят на две политически партии – Стара финландска партия и Млада финландска партия. Мотото, което феноманите използват, е измислено от Адолф Ивар Арвидсон: „Повече няма да бъдем шведи, руснаци никога няма да станем, затова позволете ни да бъдем финландци!“ Според някой тези думи оригинално принадлежат на Йохан Вилхем Снелман. Сред известните феномани са: поетът и професор по естетика и модерна литература Фредрик Сугнаеус, барон Юрьо Сакари-Юрьо Коскинен – професор, историк, политик, ръководител на Финландската партия след Йохан Снелман, Александра Грипенберг, която е социален активист, писател, редактор и издател на вестници, борец за правата на жените и създател на Асоциацията на финландските жени, Лаури Кивекьос, икономист, председател на Конфедерацията на финландските индустриалци и първи президент на компанията „Нокия“, известният писател Йоханес Линанкоски, Агатон Мюрман, който е писател и социален активист, Емил Нестор Сетеле – също писателя, филолог и професор по фински език и литература, Е.Г. Палмен, Тиодолф Рейн и други.

**Свекоманите** (Svecomans) е национално движение, което възниква като опозиция на феноманите. То се опитва да запази водещия статус на шведския език и принадлежността си към германския свят. Свекоманите застават зад идеята, че Финландия приютява две нации, които говорят различни езици, имат собствени култури и са разделени в различни части на страната. Според тях двете нации могат да се определят и като принадлежащи към различни раси. Популярен е възгледът, че германската раса, към която, според тях, се отнасят шведите, е по-успешна в управлението и затова феноманската програма прави финландците слаби и уязвими пред руската заплаха. Свекоманите са вдъхновени от съвременните популярни идеи за научен расизъм, те вярват, че „расата създава културата“, както и разчитат на силните германски и шведски връзки с европейския континент, където прусите, след като побеждават французите, създават германската империя.

По отношение на разликите в политическите възгледи: феноманите са фаворизирани от руските пълномощници, докато свекоманите се страхуват от руснаците и считат, че в културно отношение принадлежат към шведите; феноманите идеологически са по-консервативни, за разлика от свекоманите, които са либерално настроени.

След Кримската война, когато финландските градове с преобладаващо шведскоговорещо население по южното крайбрежие на Финландия са сериоз-



но разрушени, свекоманите, които произхождат от индустриалните и академични среди, получават силна подкрепа от либерално настроените и образовани шведски лидери, докато сред ръководството на феноманите преобладава духовенството. Лидер на свекоманите е лингвистът Аксел Олоф Фраудентал. По-късно свекоманското движение прераства в Шведската народна партия.

---

Първият печатен орган на политическото движение на феноманите е основан още през 1860 г., но едва през 70-те и 80-те години на 19 век феноманската преса търпи развитие, затова и значителна роля играе именно в. „Уси Суометар“, но към движението се числят и вестниците „Ита-Суомен саномат“ („*Itä-Suomen Sanomat*“, „Новини от Източна Финландия“), „Вийпурин саномат“ („*Wiipurin Sanomat*“), „Финск тидскрифт“ („*Finsk Tidskrift*“, „Финско списание“).

Революционната либерална вълна, която преминава през Европа след 1848 г. намира проява и във Финландия. Хелзинкските студенти излизат на протести в подкрепа на революционните събития в Европа, създадена е песента „*Vårt land*“ („Нашата страна“), която по-късно става химн на страната. Като залагат на лозунги като „Един народ, два езика“ либералните кръгове се опитват да привлекат към идеите си привърженици както от групата на феноманите, така и на свекоманите. Целите им са насочени към модернизирание на политическото представителство, към редовни заседания на финландския парламент, увеличаване правата на местните управления, защита свободата на словото. Либералите се опитват да популяризират идеите си и чрез страниците на шведско-езичния в. „Хелзингфорш дабльд“, който излиза в периода между 1826 и 1889 г.

Въпреки че либералните кръгове не поставят директно темата за намесата на руската държава в управлението на страната и не призовават към размирици, през втората половина на 19 век натискът върху финландското общество постепенно се засилва, налагат се строги цензурни норми, някои вестници спират да излизат за известен период от време, а други са закрити.

Същевременно се засилва и противоборството между феноманите и свекоманите. Първите се разцепват на две партии – Стара финландска партия и Млада финландска партия, последната от които през 1889 г. започва да издава либералния в. „Пайвалехти“ („*Päivälehti*“, „Всекидневник“), който от 1905 г. е преименуван на „Хелсингин саномат“ („*Helsingin Sanomat*“, „Новини от Хелзинки“). Освен чрез вестника, политическата позиция на партията е отразена и от радикалната книга на финландския журналист Аугуст Солман „*Det Unga Finland*“ („Мла-



дата Финландия“), която предизвиква съпротива сред свекоманските кръгове. Техните възгледи са изложени на страниците на вестници като „Юстра Нийланд“ („Östra Nyland“, „Източна Усима“), „Нийа пресен“ („Nya Pressen“, „Нова преса“), „Фолкванен“ („Folkvannen“, „Приятел на народ“), който е ориентиран към шведскоезичното селско население и в социални обединения като „Svenska Folkskolands Vänner“ („Приятели на шведското народно училище“).

В края на 19 век положението на пресата във Финландия силно се променя – въведено е цензура, ограничени са правата на финландците. Реакцията идва в отговор на промененото социално и политическо положение в Руската империя – след убийството на император Александър II, новият император Александър III налага ограничения върху свободата на словото, възражда се и руският национализъм. През 1899 г. руският император Николай II издава специален манифест, според който се намаляват правата на местния финландски парламент и законодателните правомощия остават изцяло в ръцете на руснаците. Те, от своя страна, получават достъп до публични институции, в които, до този момент, могат да работят само финландци, руският език е обявен за официален в някои от по-висшите държавни служби и даже задължително се преподава във финландските гимназии, финландците трябва да участват в руската армия. Руският натиск още повече се засилва след 1903 г., когато руският генерал-губернатор Бобриков се сдобива с правомощията да спира издаването на вестници, да затваря печатници, да ограничава политическата дейност и провеждането на събрания. Година по-късно той е убит, вероятно от финландската тайна опозиционна организация „Кагал“, която се ползва с голяма подкрепа от населението и призовава към неподчинение.

Съпротивата, с която се сблъсква, принуждава руския император Николай II през 1905 г. да подпише нов манифест за възстановяване правата на финландците. Политическата и социалната активност на населението, променената политическа обстановка в самата Русия, избухването на Октомврийската революция през 1917 г. подтикват финландския парламент същата година да обяви независимостта на страната. Решението е признато от новия управляващ орган в Русия – Съвета на народните комисари, принуден да признае релностите, въпреки амбициите на лявоориентирани кръгове да наложат типа на съветска република. През следващата година независимостта на Финландия е призната от Германия, Австро-Унгария, Франция, Великобритания, САЩ, от скандинавските страни.

Интересен факт от историята на пресата във Финландия е, че за дълъг период от време в страната излизат вестници и на руски език. Тяхното публикуване започва още в края на 19 век. Предполага се, че първото рускоезично издание в княжеството е „Статистический ежегодник“ („Статистически алманах“), което излиза в периода 1892-1902 г. във Вюрбург.

Официално първият рускоезичен вестник е „Финляндская газета“ („Финландски вестник“), която излиза четири пъти в седмицата от 1900 г. до 1917 г. Негов първи редактор е И.А. Баженов, а съдържанието обхваща главно официални хроники, новини от Финландия и от чужбина.

Интересен е и единственият рускоезичен икономически вестник „Экономист Финляндии“ („Финландски икономист“), който се публикува между 1912 и 1917 г. в Хелзинки и се списва съвместно със списание „Кацпалехти“, основано през 1898 г.

Има и няколко религиозни списания, чието съдържание представя църковна информация, духовна литература, сведения от историята на финландската православна църква, а също политически и обществени новини. Подобни са сп. „Гельсингфорский приходской листок“ („Хелзински енорийски вестник“), което излиза в периода 1914-1917 г. и сп. „Карельские известия“ („Карелски новини“, с финландско название „Карялайн вестит“), което се публикува между 1913 и 1917 г.

Преди революционните промени в Русия, във финландската провинция се издават и няколко революционни вестници – такъв например е в. „Пролетарий“ („Пролетарий“), чийто редактор е Ленин. Особено бурно рускоезичната преса във Финландия се развива след Февруарската революция от 1917 г., когато в страната се появяват издания на местните отдели на различни революционни партии, повечето от които излизат за кратък период от време. Такива са например в. „Артиллерист“ („Артилерист“), издание на литературния отдел на Свеаборгския артилерийски клуб, „Голос финляндской армии“ („Глас на финландската армия“), издание на армейския комитет на 42 армейски корпус, „Голос социал-демократа“ („Глас на социалдемократа“), издание на Гельсингфорсската организации РСДРП (меншевики), „Знамя борьбы“ („Знаме на борбата“), орган на военната организация на РСДРП (болшевики), „За Россию“ („За Русия“), орган на руските социалреволюционери (есери), „Известия“ („Новини“), издание на Съвета на депутатите от армията, флота и работниците на пристанището в Свеаборг и други.

След края на 1917 г., когато Финландия получава независимост, излизат около 20 рускоезични вестници като например „Голос русской

колонии“ („Глас на руската колония“) „Русский голос“ („Руски глас“), „Русский листок“ („Руски лист“), „Северная жизнь“ („Северен живот“), „Русская жизнь“ („Руски живот“), „Рассвет“ („Утро“), „Путь“ („Път“), „Революционное дело“ („Революционно дело“). Като съдържание тези вестници представят главно новините от Русия, както и живота на руската колония във Финландия.

След Втората световна война рускоезичното население във Финландия е подпомагано от Съветския съюз в издаването на вестниците и списанията си – например „Русский журнал“ („Руско списание“), „Наша жизнь“ („Нашият живот“), „Путь жизни“ („Жизнен път“) и други. Много от тях се издават едновременно във Финландия и в Русия и се разпространяват безплатно.

В началото на 1918 г. в независима Финландия е съставено ново правителство, начело на което застава политикът от Социалдемократическата партия и бивш председател на парламента Кулерво Манер. В страната избухва гражданска война между привържениците на независимостта, част от които са обединени във военизирани охранителни отряди наречени Бяла армия, начело на която стои генерал барон Карл Густав Манерхайм, възпитаник на Петербургската военна академия и част от свитата на последния руски император Николай II и противниците им от левите проруски сили, наречена Червена гвардия. По време на сраженията загиват хиляди финландци, а други са жертва на лошите условия в лагерите, в които са затворени.

Успелите да избягат в Съветския съюз, създават Финландската комунистическа партия, начело на която застава Ото В. Куусинен, един от лидерите на Третия комунистическия интернационал, който е готвен от Съветския съюз за премиер на марионетно правителство и е ключова фигура от последвалата кръвопролитна съветско-финландската Зимна война от 1939-1940 г. По време на нея СССР отново напада Финландия, която успява да постигне непозната в света мобилизация на цялото си население, без разлика на пол и възраст и да нанесе десетократно по-големи загуби на сталинската армия – 23 500 жертви срещу 340 хиляди. Съгласно сключения през 1940 г. мирен договор Финландия отстъпва част от Карелския провлак и други територии, но нанася чувствителен удар върху репутацията на сталинската армия, смятана от все повече военни специалисти за „колос на глинени крака“ поради липсата на ефективна комуникация, субординация, тактическо управление и оперативно майсторство, резултат от системните чистки на съветския режим.

Независимостта на страната се отразява благоприятно върху тематичното разнообразие на финландската преса, но се наблюдава и нейната силна политизация. В средата на 1930 г. излизат над 180 вестника, като много от тях имат профашистки и антисъветски позиции, те оказват влияние на правителството да включи Финландия на страната на фашистка Германия по време на Втората световна война. Доминиращи по това време са Партията на прогреса, в която участват привържениците на политическото движение „Млада Финландия“, Националният сбор, който обединява консерваторите или Старата финландска партия, Аграрният съюз, Шведската народна партия и Социалдемократическата партия.

Началото на Втората световна война слага край на засилените политически послания, но води до засилване на комерсиализацията – появяват се многотиражните вестници, булевардните издания, нараства делът на информационните и развлекателните материали, уголемяват се заглавията и шрифтът, отпечатват се повече фотографии.

След като окупира Дания и Норвегия и получава разрешение от Швеция да преминава през нейната територия, през април 1940 г. Германия привлича на своя страна и Финландия. Това налага сериозни ограничения пред пресата – въведена е цензура, има проблем при ползването на информационните източници, недостига хартията, рязко намалява броят на публикуваните заглавия – до към 160, повече от половината, от които са местни издания.

Политическата обстановка намира продължение в приетия в края на 1939 г. профашистки закон за защита на държавата, който ограничава гражданските права и чието действие продължава до края на 1945 г. Пропагандната задача да формира общественото мнение във Финландия има Правителственият информационен център, който разпространява информация в интерес на управляващите, следи за настроенията и реакциите на обществото, инструктира журналистите относно техните материали.

Цензурата се ръководи от създаденото в Хелзинки специално Бюро за контрол на пресата, което отговаря и за предварителната проверка на вестниците, създадени са и четири регионални цензурни звена. Текстовете на централната информационна агенция и другите информационни бюра също се проверяват. По време на войната в сферата на цензурата са ангажирани 2000 души, но основната част от тях контролират пощите, телеграфа и телефоните. Въпреки че в началото свободата на словото не е силно ограничавана чрез медиите, е създадена

прекалено позитивна картина за хода на войната, категорично е забранена критиката към правителството и официалните власти, усилва се контролът върху политическите послания.

Развоят на войната завършва с катастрофални военни поражения за германските войски през 1943-1944 г. и след като Финландия е бомбардирана и окупирана от Червената армия, през 1944 г. страната подписва военно примирие. Това обаче не променя цензурното положение за пресата и то продължава до 1947 г. Но се сменя пропагандната линия – критическата линия срещу Съветския съюз се измества в посока към Германия. Интересно тълкуване прави финландският журналист и писател Олави Паволайнен, който в своя военен дневник „Мрачен диалог“, публикуван през 1946 г., обяснява включването на финландците на страната на фашисткия съюз с тяхната наивност и податливост на фашистката пропаганда.

Ограниченията на пресата обхващат и възможността за съдебна и наказателна отговорност на журналистите като според поправка в Наказателния кодекс на Финландия от 1947 г. кореспондент на даден вестник може да бъде осъден на затвор до 2 години ако е написал материал, в който оскърява чуждестранно правителство и нанася вреда на международните отношения. Факт е, че този закон съществува до 1995 г., макар и да няма осъдени по него.

## СЪВРЕМЕННИ ВЕСТНИЦИ

След края на Втората световна война броят на вестниците постепенно нараства и се стига предвоенното равнище. Характерна черта на скандинавските медии като цяло, включително и на финландските, е голямото им обществено влияние. Във Финландия се наблюдава и традиционният за региона рязък спад на строго партийната преса, като много от партийните вестници декларират независима политическа позиция и информационна насоченост. Това е особеност на европейската преса като цяло, резултат от загубата на доверие в политическата класа, от намаляването на влиянието на политическата идеология и популяризирането на развлекателните издания.

За разлика от другите скандинавски страни, във Финландия има по-голяма централизация на изданията, като в столицата Хелзинки излизат около половината от всички вестници. Има голямо езиково разнообразие на публикуваната информация, съобразно двата официални езика в страната – финския и шведския и наличието на издания на руски език.

След войната Финландия се задължава да спазва външнополитически неутралитет, и да намали военните си сили. Това, както и добрите природни залежи на страната, създават предпоставки за бърз икономически растеж, особено в периода между 1950 и 1980 г. През 1955 г. Финландия става част от създадения през 1952 г. Северен съвет, в който, освен нея, влизат Швеция, Норвегия, Дания и Исландия. По-късно то ѝ включване е резултат от ограниченията, наложени ѝ от Съветския съюз, който вижда в скандинавската организация вариант на НАТО. В същата година страната става член на ООН, а официално е член на Европейския съюз от 1995 г. В политическо отношение Финландия е президентска република, а конституцията ѝ е приета през 1919 г.

Подобно на останалите европейски страни във Финландия също се наблюдава медийна концентрация на вестникарския пазар. Повече от половината от издаваните в страна вестници и списания са собственост на няколко големи медийни организации. Най-голяма е „Санома“ („**Sanoma-Oy**“), която е създадена през 1998 г., след обединяването на водещата издателска къща „Вернер Содерстрьом“ (**WSOY**, „**Werner Söderström Oy**“), която е специализирана в издаването на учебници, енциклопедични речници, художествена литература, на най-крупния информационен концерн във Финландия „Санома“ („**Sanoma**“) и на компанията „Хелзинки медия къмпани“ („**Helsinki Media Company**“), която е най-големият издател на женски списания, притежава четири телевизионни канала и кабелна телевизионна мрежа в Хелзинки.

„Санома“ е сред най-големите европейски медийни компании, която е собственик на медии в над 20 европейски страни и е сред петте най-големи европейски компании, които издават списания, като има капитали и в България. Компанията притежава двата най-големи вестника във Финландия – „Хелзингин Саномат“ и „Илта-Саномат“, които покриват около 30% от общия тираж на всекидневниците, както и още четири по-малки всекидневника, като например специализирания за бизнес и икономика „Талоуссаномат“<sup>332</sup> („**Taloussanomat**“, „Икономически новини“), който от 2007 г. има само онлайн версия, а също и седем други седмичника. „Санома“ е собственост на семейство Ерко и най-вече на Атос Ерко.

---

**Атос Ерко** (р.1932) е финландски журналист и основен собственик на медийната компания „Санома“. Син е на известния финландски политик и журналист Елиас Ерко (1895-1965), външен министър на страната по време

---

<sup>332</sup> [www.taloussanomat.fi](http://www.taloussanomat.fi)

на Зимната война и основен преговарящ със Съветския съюз, и внук на финландския политик и журналист Еро Ерко, създател на в. „Хелзингин Саномат“.

„Хелзингин саномат“<sup>333</sup> („Helsingin Sanomat“, „Новини от Хелзинки“) е създаден през 1889 г. под името „Пайвалехти“ („Päivälehti“), когато страната е автономна в рамките на Руската империя. Публикуването на призови за независимост и свобода на Финландия в условията на относителна цензура от страна на официалните руски власти, принуждават вестника временно да спре през 1904 г. Започва да излиза отново след като променя името си със сегашното през 1905 г. До 1930 г. е официален орган на Младата финландска партия, след което се афишира като политическо независимо издание.

Въпреки че „Хелзингин саномат“ може да бъде определен като „квалонд“ (своеобразен хибрид между таблоид и качествено издание), той има голямо обществено значение, ползва се с висок авторитет и е определян като „институция със своя собствена независима социална и политическа насока“. Тиражът му е около 410 хил. екз. (за уикенд изданието достигат до 468 хил. екз), което го налага като най-тиражния в страната. Накратко е наричан „HS“ или „Хесари“ („Hesari“). Има множество притурки като например списанията „Куукаусилиите“ („Kuukausiliite“, „Месечна притурка“) и „Нийт“ („Nyt“, „Сега“). От 1999 г. вестникът има и версия на английски език, която се публикува на неговия сайт.

Другият всекидневник на компанията е „Илта-саномат“<sup>334</sup> („Iltasanomat“, „Вечерни новини“), създаден е през 1932 г. и има тираж от около 219 хил. екз.

„Саномат“ е собственик и на един от най-популярните безплатни седмичници, разпространяван в района на Хелзинки – „Утислехти 100“ („Uutislehti 100“, „Вестник 100“).

Другата голяма медийна компания е „Алма Медия“ („Alma Media“). Тя е създадена през 1997 г. след като медийната компания „Амулехти“ („Aamulehti“) се обединява с комерсиалната телевизионна компания „Ем Ти Ви“ („MTV“). От 1994 г. акции в „Амулехти“ има крупното шведско акционерно дружество „Мариеберг“. Това се приема за интересна тенденция, като се има предвид, че вестник „Амулехти“, основна собственост на компанията, се противопоставя на доминиращата шведска аристокрация и употребата на шведски език във Финлан-

<sup>333</sup> [www.hs.fi](http://www.hs.fi)

<sup>334</sup> [www.iltasanomat.fi](http://www.iltasanomat.fi)



дия, както и, че до този момент във финландската преса не е имало такова активно присъствие на чуждестранен капитал.

Компанията контролира 15 вестника и 7 безплатни издания, сред които четири всекидневника – „Аамулахти“, издаван в гр. Тампере, „Сатакунан канса“<sup>335</sup> („*Satakunnan Kansan*“, „Народът на Сатакунта“), издаван в гр. Пори, с тираж от около 57 хил. екз., „Лапин канса“<sup>336</sup> („*Lapin Kansan*“, „Народът на Лапландия“), издаван в гр. Рованиеми, с тираж от около 36 хил. екз., „Похйолан саномат“<sup>337</sup> („*Pohjolan Sanomat*“, „Северни новини“), издаван в гр. Кеми, с тираж от около 24 хил. екз., както и бизнес вестника „Каупалехти“<sup>338</sup> („*Kauppalahden Sanomat*“, „Търговски вестник“), с тираж от 82 хил. екз и таблоида „Илталеhti“.

„Аамулахти“<sup>339</sup> („*Aamulehti*“, „Сутрешни новини“) е създаден през 1881 г. с цел да информира за положението на финландците по време на управлението на Русия. До 1992 г. поддържа дясноцентристката Националната коалиционна партия, а след това се определя като независим. Тиражът е около 310 хил. екз. Има няколко седмични приложения като забавното „Вало“ („*Valo*“, „Леко“), „Моро“ („*Moro*“, „Здравей“), което представя културата от района на Тампере и уикенд изданията „Асиат“ („*Asiat*“, „Дела“) и „Ихмисет“ („*Ihmiset*“, „Хора“).

„Илталеhti“<sup>340</sup> („*Iltalehti*“, „Вечерен вестник“) е създаден през 1980 г. с цел да бъде основен конкурент на в. „Илта-Саномат“. Таблоидът е с тираж от 140 хил. екз.

След изчезването на строго партийните издания през 1980 г., на медийния пазар се налагат нови издания като религиозните вестници, които във Финландия оказват голямо влияние върху общественото мнение по един или друг проблем. Църквата традиционно е водеща социална институция поради високия процент вярващи. Най-значимият религиозен вестник във Финландия, а и в цяла Скандинавия е „Котимаа“<sup>341</sup> („*Kotimaa*“, „Дом“) с тираж от 72 хил. екз.

Друга голяма медийна компания е „Кески-Усима“ („*Keski-Uusimaa*“), която е собственик на множество популярни регионални вестници.

---

<sup>335</sup> [www.satakunnankansa.fi](http://www.satakunnankansa.fi)

<sup>336</sup> [www.lapinkansa.fi](http://www.lapinkansa.fi)

<sup>337</sup> [www.pohjolansanomat.fi/](http://www.pohjolansanomat.fi/)

<sup>338</sup> [www.kauppalehti.fi](http://www.kauppalehti.fi)

<sup>339</sup> [www.aamulehti.fi](http://www.aamulehti.fi)

<sup>340</sup> [www.iltalehti.fi](http://www.iltalehti.fi)

<sup>341</sup> [www.kotimaa.fi](http://www.kotimaa.fi)

Водещият регионален вестник за югозападна Финландия и Турку е **„Турун саномат“**<sup>342</sup> (**„Turun Sanomat“**, „Новини от Турку“). Всекидневникът е създаден през 1904 г. като политически независимо издание. Собственост е на компанията **„Ти Ес груп“** (**„TS-Group“**) и тиражът му достига до 250 хил. екз. Има две седмични приложения – **„Трефи“** (**„Treff“**), които представят забавни новини и седмичната телевизионна програма и **„Екстра“** (**„Extra“**), както и месечното приложение **„Ти Ес Талоус“** (**„TS Talous“**), което включва икономически анализи. Същата компания притежава и местната телевизия **„Турку Ти Ви“** (**„Turku TV“**).

Във Финландия излизат и вестници само на шведски език. Най-тиражният от тях е **„Хуфвидстадсбладет“**<sup>343</sup> (**„Hufvudstadsbladet“**, „Столичен вестник“), накратко е наричан **„Хусис“** (**„Husis“**) или **„Хьоблан“** (**„Höblan“**). Създаден е през 1864 г. от Аугуст Шауман в Хелзинки и през 19 век е определян като най-тиражния вестник във Финландия. От 1920 г. е притежание на специално създадената за целта компания **„Хуфвидстадсблюдетс Фьорлаг о Трикери“** (**„Hufvudstadsbladets Förlag och Tryckeri AB“**). В периода 1922 – 1936 г. главен редактор на всекидневника е Амос Андерсон, който през 1940 г. създава компанията **„Констсамфундет“** (**„Konstsamfundet“**, „Арт фондацията“), собственик на вестника от 1945 г. е. Тиражът му е около 50 хил. екз. Има две седмични приложения **„Вижън“** (**„Vision“**), в което се публикуват радио и телевизионните програми и **„Сондасбилаган“** (**„Söndagsbilagan“**), посветено на културата и туризма. От края на 2006 г. вестникът издава и цветното месечно лайфстайл и фотографското списание **„Волт“**<sup>344</sup> (**„Volt“**).

Друго подобно издание е **„Або Ундерателсер“**<sup>345</sup> (**„Åbo Underrättelser“**, „Новини от Турку“). Издава се в Турку и се приема, че това е най-старият все още излизащ шведскоезичен вестник във Финландия. Създаден е през 1823 г. от Кристиан Лудвиг Хьоелт, въпреки че първият брой излиза в началото на януари 1824 г. Тиражът му е около 7 хил. екз.

**„Якобстадс тиднинг“**<sup>346</sup> (**„Jakobstads Tidning“**, „Вестник на Якобстанд“) е основан през 1898 г. като шведскоезичен седмичник, но от 2000 г. става всекидневник. Тиражът му е 12 хил. екз.

---

<sup>342</sup> [www.turunsanomat.fi](http://www.turunsanomat.fi)

<sup>343</sup> [www.hbl.fi/](http://www.hbl.fi/)

<sup>344</sup> [www.volt.fi/](http://www.volt.fi/)

<sup>345</sup> [www.abounderrattelser.fi](http://www.abounderrattelser.fi)

<sup>346</sup> [www.jakobstadstidning.fi](http://www.jakobstadstidning.fi)

## СЪВРЕМЕННИ СПИСАНИЯ

С голяма популярност във Финландия се ползват и списанията, които могат да бъдат групирани в няколко категории – бизнес изданията са около 40% от излизащите в страната (над 2 хил. заглавия), популярните и лайфстайл изданията са също около 40% (около 300 заглавия), корпоративните списания, предназначени за вътрешни публикации (на банки, търговски дружества), са около 15% от общия брой (около 200 заглавия), аналитичните списания са над 3% (около 150 заглавия).

Сред големите медийни компании на пазара на списанията трябва да се отбележи „Яхтунет Кувалехдет“ („Yhtyneet Kuvalehdet“), която е собственик на новинарските списания „Суомен Кувалехти“ („Suomen Kuvalehti“, „Финландско илюстрирано списание“) и „Сеура“ („Seura“, „Общество“). Първото е основано през 1873 г. и излиза до 1880 г. То е основано за втори път в 1916 г. и се публикува всеки петък. Тиражът му е около 95 хил. екз. Второто започва да излиза през 1935 г.

Популярни са изданията и на компаниите „Хелзинки медия कंपनी“ („Helsinki Media Company“) и „А-Лехдет“ („A-Lehdet“), която е собственик на списанието „Апу“ („Apu“, „Помощ“), създадено през 1933 г. като семейно ориентирано издание и с тираж от 230 хил. екз., „Алер публишер“ („Aller publisher“), която от 1992 г. издава общоскандинавското списание „7 дайс“ („7 Days“), с тираж от 217 хил. екз. Сред тиражните финландски издания се нарежда и местната версия на „Рийдърс дайджест“ („Reader's Digest“) с тираж от над 290 хил. екз. Интересно е и сензационното сп. „Хуму“<sup>347</sup> („Humu“, „Усмивка“), което започва да излиза през 1959 г.

## РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЯ

Развитието на електронните медии във Финландия започва с дейността на общественото радио и от самото начало представя една интересна финландска медийна особеност, която се оказва валидна и за появилите се по-късно частни медии – зачитането на обществения интерес, на социалните различия и потребности. Това, до голяма степен, предпазва скандинавските радио и телевизия от пълната комерсиализация на електронния медиен сектор.

Характерно за обществените медии в страната е поддържането на държавна или обществена собственост на радио и телевизионните

---

<sup>347</sup> www.humu.fi

каналите, както и предоставянето на универсален достъп до програмите на населението. Подготовката на медийно съдържание цели задоволяването на различните очаквания и информационни нужди, ориентацията към всички социални групи, отсъствието на явни политически и икономически влияния, приемливата цена на лицензионната такса при частните оператори.

Програмната политика на радио и телевизионните компании предполага развитие на националното съзнание и поставяне на акценти върху собственото културно, филмово и информационно съдържание.

Въпреки че управлението на електронните медии (радиото) е поставено като приоритет и задължение на държавата с първия законов акт в тази област от 1919 г., съществена роля за тяхното развитие оказват финландските радиолюбители и по-специално създадената от тях през 1923 г. организация. Основните дейности по радиоразпръскването са обособени в двата най-големи града – Хелзинки и Тампере.

През 1926 г. правителството заедно с частната радиолюбителска организация създават финландското обществено радио **Юлеисрадио**<sup>348</sup> (**Yleisradio**, Общо радио) или както съкратено е отбелязвано **ЮЛЕ (YLE)**.

В началото то не е изцяло държавно, част от акциите се държат от търговски организации, но има ясна обществена ориентация, поради което излъчването на реклама е забранено. Целите на програмата са насочени към културното образование на селското население, а предаванията са подготвяни на фински и шведски език. Заложеният модел на финансиране чрез такси за притежание на радиоприемник, заплащани от населението, не успява да проработи, тъй като много от слушателите отказват да регистрират радиоапаратите си и ползват радиосигнала „пиратски“. Ето защо държавата налага по-голям контрол и през 1934 г. е приет специален закон, който почти одържавява радиото.

Телевизионното радиоразпространение в страната започва през 1958 г. Днес обществената радио и телевизионна компания е собственост на правителството. Нейният бюджет се формира от лицензионните такси заплащани от финландското общество. Девиз на компанията е „Една дума, хиляди истории“. За 2005 г. пазарният дял е 50% от радиослушателите и 44% от телевизионните зрители.

ЮЛЕ има 4 национални телевизионни канала, 13 национални радиостанции и 25 регионални радиостанции. Поради официално при-

---

<sup>348</sup> [www.yle.fi](http://www.yle.fi)

знатото двуезичие във Финландия, ЮЛЕ подготвя радио и телевизионни програми на фински и шведски език.

Радиостанциите са: **ЮЛЕ Радио 1**<sup>349</sup> (**YLE Radio 1**, програмата включва предавания за култура, публицистика, токшоу програми, класическа музика, включително концерти на Финландския симфоничен радио оркестър, джаз, фолк музика), **ЮЛЕКС**<sup>350</sup> (**YLEX**, музикална радиостанция, който представя съвременна поп и рок музика), **ЮЛЕ Радио Суоми**<sup>351</sup> (**YLE Radio Suomi**, информационно-музикална радиостанция), **ЮЛЕ Радио екстрим**<sup>352</sup> (**YLE Radio Extrem**, Radio ХЗМ, информационно-музикално радио на шведски език), **ЮЛЕ Радио Вега**<sup>353</sup> (**YLE Radio Vega**, информационно-музикално радио на шведски език с културна насоченост, музиката е предимно поп, джаз и класическа музика), **ЮЛЕ Сами Радио**<sup>354</sup> (**YLE Sami Radio**, предаванията са на езика сами и се разпространява само в Лапландия), **ЮЛЕ Мондо**<sup>355</sup> (**YLE Mondo**, международна програма на фински, шведски, английски и руски език, която излъчва на къси и средни вълни, чрез сателит и по интернет), **ЮЛЕ новости по руски**<sup>356</sup> (**YLE Novosi po russki**, която излъчва на руски език). Голямо влияние върху развитие на радиопрограмите в страната има писателката и журналистка Хела Вуолийоки.

---

**Хела Вуолийоки** (1886-1954) е финландска писателка и журналистка. След завършването на Хелзинския университет през 1908 г. се омъжва за Суло Вуолийоки, член на финландската Социалдемократическа партия и личен приятел на Ленин. Развежда се с него през 1923 г., но продължава да съдейства на левите сили. През 1943 г. даже е арестувана за просъветски шпионаж, след като е хваната да укрива съветски парашутист. След края на Втората световна война е освободена. Между 1946-1947 г. е член на финландския парламент и оглавява фракцията Демократически съюз на народа на Финландия. Между 1945 и 1949 г. е директор на финландското радио и въвежда някои нови програми като училищно радио, специализирани предавания, посветени на работниците и селяните, политически дискуссионни предавания като „Миниатюрен парламент“. Акцентът е поставен върху сериозните културни теми, доминира класическата музика, радиотеатърът.

---

<sup>349</sup> <http://yle.fi/radio1/>

<sup>350</sup> <http://ylex.yle.fi>

<sup>351</sup> <http://yle.fi/radiosuomi/>

<sup>352</sup> <http://yle.fi/extrem/>

<sup>353</sup> <http://svenska.yle.fi/vega/>

<sup>354</sup> <http://yle.fi/sapmi/>

<sup>355</sup> <http://www.yle.fi/mondo/>

<sup>356</sup> <http://yle.fi/novosti/>

Най-популярните произведения на Вуолийоки са „Жените на Нискавуори“, „Хлябът на Нискавуори“, „Младата хазяйка Нискавуори“ и други. Някои от работите си пише заедно с немския драматург Бертолт Брехт.

---

Телевизионните канали са: **ЮЛЕ Ти Ви 1**<sup>357</sup> (**YLE TV1**, най-старият канал, създаден през 1958 г. под името Суомен Телевисио, Suomen Televisio, предава основно новини, социални и политически репортажи, документални и игрални филми, културни и образователни програми), **ЮЛЕ Ти Ви 2**<sup>358</sup> (**YLE TV2**, основан през 1964 г. с цел да предава предавания за деца и юноши, както и спортни и музикални предавания, а също и игрални филми, забавни предавания, регионални социално– политически теми, гражданска журналистика), **ЮЛЕ Тема**<sup>359</sup> (**YLE Teema**, канал за култура, образование и наука, исторически документални филми, класическа музика), **ЮЛЕ Еф Ес Ти 5**<sup>360</sup> (**YLE FST5**, шведскоезичен дигитален канал, представящ новини, забавни предавания, социално– политически и детски програми, повечето от предаванията и филмите се представят с фински субтитри). Има и международни телевизионни канали като **Ти Ви Финланд**<sup>361</sup> (**TV Finland**), който се предава чрез сателит за Европа и по кабелен път в някои мрежи в Швеция, Норвегия и Естония.

Монополът на обществената медия продължава до 1985 г., когато е разрешено създаването на местни радиостанции, като Финландия е сред първите европейски държави с подобно решение. От друга страна още през 60-те години се появяват „пиратски“ радиостанции, които излъчват от различни точки в Европа. Интересен пример е шведскоезичното **Радио Норд (Radio Nord)**, което е създадено през 1961 г. и излъчва от кораб, разположен близо до Стокхолм.

Първата национална частна радиостанция **Радио Нова**<sup>362</sup> (**Radio Nova**) се появява през 1997 г., сега е собственост на шведските компании „Бониер“ („**Bonnier**“) и „Провентус“ („**Proventus**“).

Сред другите частни радиомрежи могат да бъдат посочени **Дъ Войс**<sup>363</sup> (**The Voice**), собственост на медийната компания „Ес Би Ес“

---

<sup>357</sup> [www.yle.fi/tv1](http://www.yle.fi/tv1)

<sup>358</sup> [www.yle.fi/tv2](http://www.yle.fi/tv2)

<sup>359</sup> <http://teema.yle.fi/>

<sup>360</sup> <http://svenska.yle.fi/fst5/>

<sup>361</sup> [www.yle.fi/tvfinland](http://www.yle.fi/tvfinland)

<sup>362</sup> [www.radionova.fi](http://www.radionova.fi)

<sup>363</sup> [www.voice.fi](http://www.voice.fi)

(„SBS“), религиозното **Радио Деи**<sup>364</sup> (**Radio Dei**), джаз радиото **Груув Еф Ем**<sup>365</sup> (**Groove FM**). Норвежкото частно национално радио **Пе4 Радио Хеле Норге**<sup>366</sup> (**P4 Radio Hele Norge**), което е собственост на медийната компания „Суидиш Модърн таймс Груп“ („Swedish Modern Times Group“, MTG) също предава във Финландия, подобно и на френскоезичната радио верига **Енерджи**<sup>367</sup> (**Energy, NRJ**).

От телевизионните канали най-популярен е частният **Ем Ти Ви 3**<sup>368</sup> (**MTV3**). Създаден е през 1957г. като регионален канал под името ТЕС-Ти Ви (TES-TV) и се явява третият национален частен телевизионен канал в Европа. По-късно започва да излъчва под името Ем Ти Ви в рамките на телевизионните канали на ЮЛЕ. Притежава собствен канал от 1986 г., когато е създадена „Колмосканави Ти Ви 3“ („Kolmoskanava – TV3“), обединение на медийните компании ЮЛЕ и Ем Ти Ви (MTV) и на финландския производител на мобилни телефони „Нокия“ („Nokia“). Числото 3 е прибавено през 1993 г., за да го различава от двата канала на ЮЛЕ и от създадената по това време музикална телевизия (MTV). До 2003 г. компанията „Алма Медия“ („Alma Media“) е собственик и на дъщерната компания „Маинос-ТиВи-Реклам“ („Oy Mainos-TV-Reklam Ab“), която е третата най-стара частна телевизионна компания в Европа – създадена е през 1957 г. с цел да управлява частен телевизионен канал, през 1982 г. променя името си на „Ем Ти Ви“ („MTV Oy“), а от 1993 г. получава лицензия и започва да излъчва частния телевизионен канал Ем Ти Ви 3. Впоследствие продава телевизионния канал и неговите сродни програми (Ем Ти Ви 3+, **MTV3+** и Суб, **Sub**) и радиоканала Радио Нова на настоящите им собственици – шведските компаниите „Бониер бизнес груп“ („Bonnier Business Group“) и „Провентус“ („Proventus“).

Суб<sup>369</sup> (**Sub**, с предишно име Ти Ви Ти Ви – TVTV) е създаден през 2001 г. като младежки канал, който предава основно забавни предавания и няма никакви новини.

Вторият частен национален телевизионен канал е **Нелонен**<sup>370</sup> (**Nelonen**) и е създаден през 1989 г. като регионален за Хелзинки под името Пи Ти Ви (PTV), а впоследствие Пи Ти Ви 4 (PTV4). С днешното

---

<sup>364</sup> [www.radiodeo.fi](http://www.radiodeo.fi)

<sup>365</sup> [www.groovefm.fi](http://www.groovefm.fi)

<sup>366</sup> [www.p4.no](http://www.p4.no)

<sup>367</sup> [www.nrj.fi](http://www.nrj.fi)

<sup>368</sup> [www.mtv3.fi](http://www.mtv3.fi)

<sup>369</sup> [www.subtv.fi](http://www.subtv.fi)

<sup>370</sup> [www.nelonen.fi](http://www.nelonen.fi)



си название е от 1997 г. Собственост е на медийната компания „Саномма“. Програмата му се състои най-вече от американски или европейски филми и шоу програми с фински субтитри. Другият канал на същата компания със сходна програма, **Джим**<sup>371</sup> (**Jim**) е създаден през 2007 г.

## ИНФОРМАЦИОННА АГЕНЦИЯ

Решаващо значение върху развитието на информационното съдържание на финландските медии има и финландската информационна агенция **Ес Ти Ти**<sup>372</sup> (**STT**). Тя е основана през 1887 г. в Хелзинки, но разполага и с 9 местни бюра.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Зависимостта от шведското и руското социално, политическо и културно пространство, резултат от историческите перспективи и нуждата от развитие на националното самосъзнание и културната самобитност са решаващите фактори за действителното разнообразие на медийния пейзаж във Финландия. Заедно с това голямото медийно присъствие в обществения живот предполага успешното разширяване на медийното пространство, дава нови възможности за изграждане на стабилно обществено мнение и утвърждаване на ценностите на гражданското общество.

### Литература

Ангелова, В. Съвременното радио. Модели на развитие, С., 2007.

Бон, И. Финландия. От наченките до наши дни, С., 2007, Рива.

Дейвис, Н. Европа. История, 2005, Абагар Велико Търново.

Енциклопедия Larousse. Тема медии, С., 2000, ICON.

Вартанова, Е. Л. Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран северной Европы между государственными рыночным регулирование, М., 1997, Изд-во МГУ.

Джанджалия, М. М. Финская модель развития СМИ в условиях становления информационного общества конца XX – начала XXI веков: история, опыт, особенности функционирования, Москва, 2003, РГБ ОД.

---

<sup>371</sup> [www.jimtv.fi](http://www.jimtv.fi)

<sup>372</sup> [www.stt.fi](http://www.stt.fi)

Козлова, М.М. История журналистики зарубежных стран, 1999, Ульяновск, М-во общего и профессионального образования Российской Федерации, Ульяновский государственный технический университет.

Михайлов, С.А. Журналистика стран Северной Европы, 2003, Изд-во Михайлова В.А.

Гольденцвайг, Г. Шведоязычные масс-медиа Финляндии, 2005, Издательство МГУ.

Kelly, M., G. Mazzoleni, D. McQuail, The Media in Europe. London, 2004, SAGE.

Lavery, J. The History of Finland, 2006, Greenwood Press.

Phillips, D. A. Finland, 2008, Chelsea House.

Raunio, T., T. Tiilikainen, Finland in the European Union, 2003, Frank Cass Publishers.

Singleton, F. A Short History Of Finland, 1998, Cambridge University Press.

Willams, K. European media studies, 2005, Hodder Arnold .

## 9: ШВЕЙЦАРИЯ

*Мария Попова*

### ПЪРВИ ИЗДАНИЯ

Според швейцарските историци „Понятието швейцарски неутралитет възниква едновременно с понятието швейцарска нация“. На пръв поглед подобна независимост в центъра на Европа е трудно да бъде запазена, като се има предвид бурната история на съседните държави, на завоевателните битки и на двете световни войни. Швейцарската независимост се оказва колкото реална, толкова и условна, поради котловинно-планинския характер на територията и смесения етнически произход на швейцарското население. Различните социални групи в страната влизат в конфедеративно обединение, но остават отворени към чуждестранно влияние – икономическо, културно, медийно. Разнообразието е това, което определя швейцарското социално пространство, а чертите му трябва да бъдат видяни в признаването за официални на цели четири език – немския, който се говори от над 60% от населението, френския, който е роден за близо 20% от швейцарците, италианския – за около 8 % и ретророманския, който използват около 1% от гражданите на страната.

Това лингвистично разделение обуславя и различните в езиково отношение медии, които се използват приоритетно от населението в съответния регион, и същевременно дава възможност за проникването на чуждестранни медии, в зависимост от езиковата доминанта.

Появата на медиите в Швейцария е пряко зависима от историческото развитие на страната и повтаря нейната регионализация. До края на 15 век швейцарската територия е част от Свещената римска империя на германската нация, макар и с известна автономия. Още през 1291 г. представители на три от основните кантона – Ури, Швиц и Унтервалден, се обединяват, като подписват Федерална харта (Bundesbrief), известна и като „Пакта от Рютли“. Целта е да се предотвратят бъдещите претенции на наследниците на току-що починалия римски император Рудолф I Хабсбургски, който предоставя частична автономия на тези области. В началото водещ от трите кантона е Швиц, който дава името на бъдещата държава, както и символа на националния флаг. Утвърждаването

на националните си искания швейцарците налагат чрез продължителни военни действия. Последвалата победа през 1315 г. осигурява полуавтономен държавен и политически статут на конфедерацията. Интересен факт е, че историческите събития са митологизирани в легендата за Вилхем Тел, разработена в популярната пиеса на немския драматург и поет Фридрих Шилер.

В следващите няколко години, след нови военни победи, се присъединяват още области – градовете Цюрих, Люцерн, Гларус, Цуг, Берн. Поражението, което претърпяват през 1515 г. от французите и венецианците, принуждава швейцарците да прекратят експанзионистичната си политика и да обявят неутралитет, който става показателен за външнополитическото им поведение през вековете. Балансиращата роля по време на тридесетгодишната война, която разорява Западна и Северна Европа в битките между католици и протестанти, позицията на „оазис на мира и просперитета“, отваря пътя към така желаната независимост, която Швейцария официално получава с Вестфалския мирен договор от 1648 г.

Силното немско влияние върху немскоговорещото население в страната е решаващо за неговото социално и културно развитие. Затова и първият швейцарски вестник, който е трети по поява в Европа, е немскоезичният **„Ординери Вохенцайтунг“** (**„Ordinäre Wochenzeitung“**, „Обикновен седмичен вестник“), започнал да излиза през 1610 г. в гр. Базел. Той е основан от преселилия се от германските земи книгоиздател И. Шретер. Още в началото вестникът започва да се бори със сериозни затруднения, наложени от ограниченията на цензурата. През лятото на 1611 г. някои от съобщенията в изданието не се харесват на управляващите. Издателят Шретер е хвърлен в затвора за денонощие и е подложен на физически мъчения, които го отказват от идеята повече да издава вестник. Едва след седем години се появява нов вестник, този път като официално издание на правителството в Базел, чието списване е възложено на ръководителя на пощенските служби. Като източник на информация се ползват материалите, публикувани в чужди вестници. През 1684 г. вестникът започва да излиза редовно два пъти в седмицата, като издаването на други вестници е строго забранено и този медиен монопол продължава до 1797 г. Въпреки че по своя характер вестникът е орган на администрацията, той също е подложен на строга цензура – избягват се всякакви материали, които могат да засегнат съседното кралство Франция, както и папския двор във Ватикана, а съобщенията за Швейцария представят състоянието и управлението на страната в най-благоприятен вид.

Положението в Цюрих е по-безнадежно, отколкото в Базел. По-всяка вероятност първият вестник там е „Цайтунгспост“ („*Zeitungspost*“, „Вестникарска поща“), чийто първи запазени броеве са от 1634 г. Вестникът няма особен успех и бързо изчезва. На негово място започва да излиза „Фрайтагс-цайтунг“ („*Freitags-Zeitung*“, „Петъчен вестник“), който се представя и под името „Бюркли-цайтунг“ („*Bürkli-Zeitung*“), вероятно от 1666 г., но със сигурност са документирани броеве от 1687 г.

Появяват се и още няколко немскоезични вестника, част от които се публикуват и до сега – през 1730 г. тръгва в. „Таблет дер Щад-Цюрих“<sup>373</sup> („*Tageblatt der Stadt-Zürich*“, „Всекидневник на град Цюрих“), който в наше време е официално издание на град Цюрих и има тираж от 140 хил. екз.; през 1737 г. – „Амтсблат фон Фрайбург“ („*Amtsblatt von Freiburg*“, „Вестник на Фрайбург“); през 1780 г. излизащият и до днес „Нойе Цюрихер цайтунг“ („*Neue Züricher Zeitung*“, „Нов вестник на Цюрих“); през 1797 г. – „Ааргауше анцайгер“ („*Aargauische Anzeiger*“, „Вестник на Ааргау“).

В периода 1634-1635 г. започват да излизат и първите френскоезични вестници като протестантския „Льо Меркюр сюис“ („*Le Mercure Suisse*“, „Швейцарски Меркурий“) и католическият „Льо Меркюр д’ета“ („*Le Mercure d’etat*“, „Меркурий на държавата“), които водят активна полемика помежду си.

От 1738 г. започва да се публикува „Фьой д’ави дьо Нюшател“ („*Feuille d’avis de Neuchatel*“, „Вестник на Нюшател“), който е най-старият все още излизащ френскоезичен вестник, макар и не под това наименование – по-късно той се обединява с още няколко издания и сега излиза като регионален за Нюшател под името „Л’Експрес“<sup>374</sup> („*L’Express*“, „Експрес“) и има тираж от над 25 хил. екз.

Друго подобно издание е „Пьопл водоа“ („*Peuple Vaudois*“, „Хората от Во“), което е създадено през 1798 г. от адвоката и нотариуса Габриел-Антоин Миевил. През 1803 г. вестникът сменя името си на „Газет дьо Лозан“ („*Gazette de Lausanne*“, „Вестник на Лозана“) и в периода 1856-1991 г. е сред популярните либерални всекидневници в града. През 1991 г. се слива с „Журнал дьо Женев“ („*Journal de Genève*“, „Вестник на Женева“), който, от своя страна, се обединява с „Льо Нуво Котидиен“ („*Le Nouveau Quotidien*“, „Нов ежедневник“) и в момента продължава да излиза като едно от водещите качествени издания в региона под

---

<sup>373</sup> [www.tagblattzuerich.ch/](http://www.tagblattzuerich.ch/)

<sup>374</sup> [www.lexpress.ch](http://www.lexpress.ch)

названието „Льо Тан“<sup>375</sup> („Le Temps“, „Времена“). Вестникът се налага с независимата си редакционна политика, с добрите си текстове, посветени на международната политика, икономиката, финансите, културното развитие. Тиражът му е над 45 хил. екз.

След избухването на Великата френска революция през 1789 г. и създаването на Френската република, в Швейцарската конфедерация, под влияние на идеите за свобода на Жан-Жак Русо и на пропагандните апели на редица френски интелектуалци и създадения от тях в Париж „Хелветийски клуб“, се активизират революционните настроения. Революционни организации са създадени в районите Женева, Вале, Во, а през 1792 г. в Базел е обявена република, която просъществува едва година, а след това, по желание на самото население, е присъединена към Франция. През 1797 г. същото става и с Цезалпийската република, а през 1798 г. и с Леманската република, създадена в Берн. През 1798 г. върху цялата швейцарска територия е основана Хелветийската република.

Според нейната конституция се гарантира свободата на словото – чл. 7 от Конституцията гласи, че свободата на печатното слово е естествено продължение на правото на всички граждани да се възползват от благата на Просвещението. Печатът обаче продължава да е под строгия контрол на полицията и даже през 1802 г. е приет декрет, според който властта трябва да наблюдава печатните издания с политически характер. Управлението в Базел е толкова стриктно в това отношение, че даже спира официалния вестник в града – „Оберайнише цайтунг“ („Oberreinische Zeitung“, „Вестник на Горен Рейн“), който се появява на мястото на предишния официоз. Така град Базел дълго време остава без политически издания, а журналистическата дейност е забранена.

Швейцарците организират широко съпротивително движение срещу френската окупация, а в борбата им са избити хиляди от тях. През 1803 г. Наполеон е принуден да възстанови Швейцарската конфедерация, въпреки че френското влияние се запазва чак до разгрома на императора при Ватерло през 1815 г. На последвалия Виенски конгрес е гарантирана независимостта на Швейцария.

Поради превратните исторически събития първият по-либерален швейцарски вестник се оказва „Журнал дьо Женев“, който се появява едва през 1826 г. Година по-късно в страна вече има 27 вестника, а след официалната отмяна на цензурата през 1830 г., техният брой бързо нараства и през 1857 г. те вече са 180.

---

<sup>375</sup> [www.letemps.ch](http://www.letemps.ch)

Дълго време в страната съществува ясно разделение на изданията. То е главно по регионален признак, като първият национално разпространяван вестник е „Швайцер цайтунг“ („Schweizer Zeitung“, „Швейцарски вестник“), който започва да излиза през 1842 г. в Санкт Гален. Но също и по идеологически признак, при който вестниците на католическо– консервативното направление се противопоставят на тези на либерално-прогресивните сили.

Професионализацията на швейцарските вестници се задълбочава в следващите години. През 1850 г. започва да излиза в. „Дер Бунд“<sup>376</sup> (цялото име, под което е основан, е „Der Bund, eidgenössisches Centralblatt. Organ der freisinnig-demokratischen schweizerischen und bernischen Politik“, „Орган на свободомислещите швейцарски и бернски политици“). Вестникът е създаден по инициатива на д-р Абрам Рот и други видни политически деятели през 1850г. в Берн, а през 1856 г. изданието се обединява с в. „Базлер нахрихтен“ („Basler Nachrichten“, „Базелски новини“), издаван от видния швейцарски публицист и политик Стефан Борн.

---

**Стефан Борн** (1824-1898) е швейцарски политик-социалист и публицист. Роден е в Германия в еврейско семейство под името Симон Бутермилк, по-късно приема протестанството и променя името си. В Германия е сред основателите на Съюза на немските работници. През 1847., след като се запознава в Париж с Фридрих Енгелс, а после контактува и с Карл Маркс, Борн започва работа за вестниците „Дойчен-Брюселер цайтунг“ („Deutschen-Brüsseler-Zeitung“, „Немско-брюкселски вестник“) и „Бунд дер Комунистен“ („Bund der Kommunisten“, „Съюз на комунистите“). При завръщането си в Берлин организира централния комитет на работниците и издава в. „Дас Фолк“ („Das Volk“, „Народът“) и сп. „Вербрюдерунг“ („Verbrüderung“, „Братство“).

След участието си в неуспешната революция в Германия през 1848-1849 г. Борн емигрира в Швейцария, приема швейцарско гражданство и работи като учител и редактира в. „Базлер нахрихтен“. През 1860 г. Борн става почетен професор в университета в Базел, където преподава немска и френска литература и изследва творчеството на Хайнрих Хайне.

---

Сега „Дер Бунд“ е либерално – независимо издание, което е регионално за района на Берн и има тираж от над 60 хил. екз.

Сред интересните от този период вестници са в. „Базлер цайтунг“ („Basler Zeitung“, „Базелски вестник“), който е създаден през 1830 г., а през 1842 г. се обединява с друг базелски вестник „Национал цайтунг“

---

<sup>376</sup> www.derbund.ch



(„National Zeitung“, „Национален вестник“). Интересно е, че вестник под името „Базлер цайтунг“<sup>377</sup> излиза и до днес в региона на Базел, като настоящият е създаден през 1977 г. също след обединението на други две издания.

Политическото разнообразие на швейцарските вестници от този период се допълва от консервативния в. „Дас Фатерланд“ („Das Vaterland“, „Отечеството“), който се публикува от 1871 г. в Люцерн, от либерално-прогресивния в. „Алгемайне Швайзер цайтунг“ („Allgemeine Schweizer Zeitung“, „Национален швейцарски вестник“), създаден през 1873 г. в Базел и от социалдемократическия в. „Цюрихер Пост“ („Züricher Post“, „Цюрихска поща“), издаван от 1879 г. в Цюрих.

През 1875 г., също в Цюрих, се появява и илюстрираното хумористично списание „Дер Небелспалтер“<sup>378</sup> („Der Nebelspalter“), което е създадено от Жан Ньотзли по подобие на английското сатирично сп. „Пънч“. То излиза и днес, въпреки че по време на дългата си история изпитва доста финансови трудности. Важна роля за развитието му оказва писателят, художник и карикатурист Карл Бьокли.

## СЪВРЕМЕННИ ВЕСТНИЦИ

Съвременните швейцарски вестници се отличават с тематично и съдържателно разнообразие, с политическа толерантност и с добри финансови показатели. Регионализацията им е породена от федеративния статут на държавата, която обединява 23 кантона. Общонационалните въпроси на държавата се решават от президента и федералната асамблея, разположени в столицата Берн. Федералната асамблея (швейцарският парламент) има две камари – членовете на долната (Националния съвет) се избират пропорционално от швейцарците, като съществува баланс между четирите водещи политически сили – протестанската партия на Свободните демократи, католическата Християндемократическа партия, лявата Социалдемократическа партия и дясната Народна партия. По два представителя на всяка област влизат в горната камара (Държавния съвет), която излъчва членовете на Федералния съвет (правителството). Проблемите от местно значение са оставени в ръцете на местните държавни съвети.

Сред отличителните политически особености на Швейцария е въвеждането на част от принципите на пряката демокрация, като, според

---

<sup>377</sup> <http://bazonline.ch/>

<sup>378</sup> [www.nebelspalter.ch](http://www.nebelspalter.ch)

конституцията още от 1874 г., всички теми, които съберат подкрепата поне на 50 хил. граждани, могат да бъдат подложени на обсъждане чрез общонационален референдум.

Швейцария е сред най-високо развитите европейски държави и макар да не е член на ЕС (отново израз на приетия неутралитет), основните ѝ търговски отношения са главно със страните от съюза. Силна е ролята ѝ на балансър като член на ООН и на Съвета на Европа.

Икономическият просперитет на Швейцария се дължи на успешните показатели на селското стопанство, както и на стабилната финансова политика, на налагането ѝ като важен световен банков и финансов център – в Цюрих е третият в света, след Ню Йорк и Лондон, валутен пазар, а швейцарската валута е изключително стабилна. Швейцария е определена за офшорна зона, а банките ѝ институции са известни с твърдите си банкови правила и най-вече с гарантирането на банковата тайна.

Швейцарските медии имат голямо влияние върху обществото, държавата е сред водещите като брой издания на глава от населението – цифрата е около 415 вестника на 1000 души – по-високи показатели имат единствено скандинавските страни<sup>379</sup>.

Медиите в Швейцария в тематично отношение следват традицията на останалите европейски издания – преобладават всекидневниците, през последните години тиражите им постепенно спадат, а типичните политически вестници изчезват или се променят в масови и независими. Нараства таблоидизацията и комерсиализацията на медиите, като собствеността им е ясно обособена в големи издателски компании.

Най-голямата медийна компания е „Рингие“ („Ringier“), която издава вестници и списания както на немски, така и на френски език, притежава и електронни медии, има акции или издава самостоятелни медии и в други европейски държави. Водещото ѝ издание е немскоезичният таблоид „Блик“<sup>380</sup> („Blick“, „Поглед“), който започва да излиза през 1959 г. в Цюрих и е най-тиражният всекидневник в Швейцария с над 275 хил. екз. Неговата неделна версия е „Зонтагсблик“ („Sonntagsblick“, „Неделен поглед“) и има тираж от около 300 хил. екз.

Друга голяма медийна компания е „Тамедия АГ“ („Tamedia AG“). Сред водещите ѝ издания е в. „Тегес-Анцайгер“<sup>381</sup> („Tages-Anzeiger“, „Дневник“), който е основан през 1839 г. в Цюрих. Приема се, че това

---

<sup>379</sup> Виж Енциклопедия Larousse – Тема „медии“, С., 2005, ICON

<sup>380</sup> [www.blick.ch/](http://www.blick.ch/)

<sup>381</sup> [www.tagesanzeiger.ch/](http://www.tagesanzeiger.ch/)

е първият надпартиен, качествен и независим вестник. Тиражът му е около 250 хил. екз. Към неделното му издание като приложение се публикува списанието „Дас Магазин“ („**Das Magazin**“, „Магазин“), което е основано през 1970 г. и неговото съдържание включва коментари и репортажи от областта на политиката и културата. От 2005 г. списанието се предлага като приложение и на два други вестника „**Базлер цайтунг**“ („**Basler Zeitung**“, „Базелски вестник“) и „**Бернер цайтунг**“ („**Berner Zeitung**“), с което успява да достигне до близо 730 хил. читатели.

Компанията издава и неделния в. „**Зонтагс цайтунг**“<sup>382</sup> („**Sonntags Zeitung**“, „Неделен вестник“), чийто тираж е над 218 хил. екз.

„**Бернер цайтунг**“<sup>383</sup> („**Berner Zeitung**“, „Бернски вестник“) също частично е собственост на „Тамедия“. Вестникът е основан през 1977 г. след обединението на две други издания – „Бернер нахрихтен“ („**Berner Nachrichten**“, „Бернски новини“) и „Бернер тагблат“ („**Berner Tagblatt**“, „Бернски всекидневник“). Вестникът е водещ за регион на Берн, а като тираж е втори по големина в Швейцария с 200 хил. екз.

Третият по тираж всекидневник в Швейцария е в. „**Нойе Цюрхер цайтунг**“<sup>384</sup> („**Neue Zürcher Zeitung**“, „Нов цюрихски вестник“). Вестникът започва да излиза от началото на 1780 г. под името „Цюрхер цайтунг“ („**Zürcher Zeitung**“, „Цюрихски вестник“) с издател Соломон Геснер и едва през 1821 г. приема сегашното си име. Това е първият швейцарски вестник с тематична специализация на страниците си (политика, икономика, култура и т.н.). В момента е най-големият всекидневник, който излиза в района на Цюрих. Известен е с добрите си репортажи, посветени на борсите и задълбочения и интелигентен стил на своите статии. Тиражът му е около 145 хил. копия. Неделната му версия е в. „**Нойе Цюрхер цайтунг ам зонтаг**“ („**Neue Zürcher Zeitung am Sonntag**“, „Нов Цюрихски неделен вестник“), чийто тираж е над 120 хил. екз.

---

**Соломон Геснер** (1730-1788) е швейцарски поет и художник. Автор е едно от най-популярните произведения през 18 в. „Идили“ (1756-1772), което се отличава с изключителна конкретика, пасторалност и мелодичност на езика. Като художник Геснер създава прецизни класически пейзажи. Основател е на швейцарския в. „Цюрхер цайтунг“.

---

<sup>382</sup> [www.sonntagszeitung.ch/](http://www.sonntagszeitung.ch/)

<sup>383</sup> [www.bernerzeitung.ch/](http://www.bernerzeitung.ch/)

<sup>384</sup> [www.nzz.ch/](http://www.nzz.ch/)

Към интересните немскоезични регионални вестници трябва да бъде отнесен и „Занкт Гален тагблатт“<sup>385</sup> („St. Gallen Tagblatt“, „Всекидневник на Санкт Гален“), който излиза в региона на Санкт Гален. Тиражът му е около 103 хил. екз. Основан е през 1839 г. под името „Тагблат дер щат Занкт Гален“ („Tagblatt der Stadt St. Gallen“, „Всекидневник на град Санкт Гален“), под което се публикува до 1910 г.

Френскоезични швейцарски вестници също следват регионализацията на страната. В района на Женева се налагат издания като в. „Трибюн дьо Женев“<sup>386</sup> („Tribune de Genève“, „Женевска трибуна“), който започва да излиза през 1879 г. и има тираж от над 67 хил. екз. и в. „Льо Курие“<sup>387</sup> („Le Courrier“, „Куриер“), който е създаден през 1868 г. като издание на католическата църква, но от 1996 г. е независим. За района на Во и столицата му Лозана водещи са френскоезични вестници в. „24 ор“ („24 heures“, „24 часа“), който е с тираж от 86 хил. екз., в. „Льо Нувелист“<sup>388</sup> („Le Nouvelliste“, „Новинарят“), който излиза от 1903 г., а от 1923 г. е всекидневник, както и в. „Льо Матен“<sup>389</sup> („Le Matin“, „Утро“), който излиза от 1862 г. и има тираж от над 69 хил. екз. Неговата неделна версия в. „Льо Матен диманш“ („Le Matin Dimanche“, „Неделно утро“) е с тираж от над 207 хил. екз. Компанията, която ги притежава, пуска през 2005 г. един от популярните в Швейцария безплатни вестника „Льо Матен бльо“<sup>390</sup> („Le Matin Bleu“, „Синьо утро“).

Швейцарските вестници, които излизат на италиански език, също са разнообразни, като сред популярните са в. „Кориере дел Тичино“ („Corriere del Ticino“, „Куриер на Тичино“), създаден през 1890 г., водещ за региона на Тичино и с тираж от 40 хил. екз., в. „Джорнале дел Пополо“<sup>391</sup> („Giornale del Popolo“, „Народен вестник“), основан през 1926 г., регионален за Лугано и с тираж от 22 хил. екз., в. „Ла Реджионе Тичино“<sup>392</sup> („La Regione Ticino“, „Област Тичино“), основан през 1992 г. след обединяването на два други вестника и с тираж от 32 хил. екз.

Сред вестниците, които излизат на ретроромански език могат да се посочат в. „Куотидиана“<sup>393</sup> („La Quotidiana“, „Всекидневник“), кой-

---

<sup>385</sup> [www.tagblatt.ch/aktuell/](http://www.tagblatt.ch/aktuell/)

<sup>386</sup> [www.tdg.ch](http://www.tdg.ch)

<sup>387</sup> [www.lecourrier.ch/](http://www.lecourrier.ch/)

<sup>388</sup> [www.nouvelliste.ch](http://www.nouvelliste.ch)

<sup>389</sup> [www.lematin.ch](http://www.lematin.ch)

<sup>390</sup> [www.lematinbleu.ch](http://www.lematinbleu.ch)

<sup>391</sup> [www.gdp.ch](http://www.gdp.ch)

<sup>392</sup> [www.laregioneticino.ch](http://www.laregioneticino.ch)

<sup>393</sup> [www.laquotidiana.ch](http://www.laquotidiana.ch)

то е единственият всекидневник на този език, създаден е през 1997 г., както и в. „Газета Руманча“ („Gasetta Rumantscha“, „Ретроромански вестник“) и в. „Фьогл Ладин“ („Fögl Ladin“, „Ладински лист“). Последният е създаден след обединяването на други два по-стари швейцарски вестника, публикувани на ретроромански език, който продължава да излиза като приложение на в. „Куотидиана“.

Могат да бъдат споменати и заглавията на няколко спортни швейцарски издания като в. „ГОЛ“ („GOAL“, „Гол“) с тираж от над 200 хил. екз. и сп. „СПОРТмагазин“ („SPORTmagazin“, „Спортно списание“) с тираж от 180 хил. екз.

Особено популярен в Швейцария е безплатният вестник „20 минутен“<sup>394</sup> („20 Minuten“, „20 минути“). Той започва да излиза през 1999 г., конкурирайки швейцарската версия на „Метро“ – „Метропол“ („Metropol“), която излиза между 2000 г. и 2002 г., като днес се нарежда сред най-четените с тираж над 330 хил. екз. Както и с настоящия си пряк конкурент немскоезичният безплатен в. „Блик ам абенд“ („Blick am Abend“, „Вечер Блик“), който е създаден през 2006 г. под името „Хойте“ („Heute“, „Днес“), под което название излиза до 2008 г. Собственост е на швейцарската медийна компания „Рингие“ („Ringier AG“) и поддържа тираж от близо 340 хил. екземпляра.

„20 минутен“ е на голямата медийна компания „Тамедия“ („Tamedia“), която през 2006 г. започва да издава френскоезичната версия „20 минут“ („20 minutes“, „20 минути“) за френскоговорещата аудитория в Женева и Лозана в тираж от 220 хил. екземпляра. Интересът на читателите е раздвоен, защото между 2005 г. и 2009 г. съществува френскоезичният безплатен вестник „Льо Матен бльо“ („Le Matin Bleu“, „Синьо утро“) с тираж от 100 хил. екземпляра.

## СЪВРЕМЕННИ СПИСАНИЯ

Подобно на останалите европейски държави и на швейцарския медиен пазар се наблюдава голямо разнообразие сред списанията, повечето, от които имат тясна специализация. Също както немските списания, сред най-тиражните са тези, които публикуват програмата на радиото и телевизията като сп. „Тивитьоглих“ („TVtäglich“, „Програмата за деня“), което излиза като приложение на няколко вестника и има общ тираж от над 1 млн. и 155 хил. екз.

---

<sup>394</sup> [www.20min.ch/](http://www.20min.ch/)

Популярни са и списанията на медийната компания „Рингие“ като „Швайцер илюстрирте“<sup>395</sup> („Schweizer Illustrierte“, „Швейцарско илюстрировано списание“), с тираж от над 250 хил. екз. и доскоро водещото „Фактс“<sup>396</sup> („Facts“, „Факти“), което, преди да прекрати съществуването си през 2007 г., има тираж от над 100 хил. екз.

Като качествено списание може да бъде посочено „Ди Велтвохе“<sup>397</sup> („Die Weltwoche“, „Световната седмица“), което е основано през 1933 г. по модел на френските списания. Съдържанието му включва коментари, репортажи и интервюта от областите на политиката, икономиката, културата, науката.

## РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЯ

Електронните медии в Швейцария повтарят регионалното и езиковото разделение в страната, а езиковата близост със съседни държави позволява навлизането на чуждестранни медии в радио и телевизионния ефир.

В Швейцария се приемат над 100 радио и телевизионни програми, но водеща на медийния пазар е швейцарската радио-телевизионна обществена корпорация **ЕсАрГи ЕсЕсАр**<sup>398</sup> (SRG SSR, Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft).

Общественият оператор започва своите радиоизлъчвания през 1922 г. в Лозана, с което става третата радиостанция в Европа. През 1930 г. е решено, че радиото е важна обществена услуга и не трябва да се използва за комерсиални цели. Година по-късно е основана ЕсАрГи ЕсЕсАр. Финансирането ѝ става чрез лицензионни такси, реклама и спонсорство.

Първите опити в областта на телевизионното радиоразпръскване в Швейцария започват през 1953 г., а от 1958 г. стартират редовни емисии от Цюрих и Женева. През 1960 г. е създадена обща телевизионна компания. А през 1966 г. на четирите общности е даден и втори радиоканал, за да бъде преодолян ефектът на развиващите се комерсиални радиостанции.

Корпорацията ЕсАрГи ЕсЕсАр се състои от няколко радио-телевизионни компании, които разпространява своите програми на четири-

---

<sup>395</sup> [www.schweizer-illustrierte.ch](http://www.schweizer-illustrierte.ch)

<sup>396</sup> <http://facts.ch/>

<sup>397</sup> [www.weltwoche.ch/](http://www.weltwoche.ch/)

<sup>398</sup> [www.srg-ssr.ch](http://www.srg-ssr.ch)

те официални езици в страната – немски, френски, италиански и ретроромански. Това са германската (SRG.D, SRG idée suisse Deutschschweiz), която включва германското радио (DRS)<sup>399</sup> и германската телевизия (SF– Schweizer Fernsehen)<sup>400</sup>, френската (RTSR, SSR idée suisse Romande), в която са обединени френското радио (RSR-Radio Suisse Romande)<sup>401</sup> и френската телевизия (TSR-Télévision Suisse Romande)<sup>402</sup>, италианската (CORSI, Società cooperativa per la radiotelevisione nella Svizzera italiana), която държи лицензията на италианското радио и телевизия (RSI-Radiotelevisione svizzera di lingua italiana)<sup>403</sup> и ретророманската (CRR, Cuminanza rumantscha radio e televisiun), която отговаря за ретророманското радио и телевизия (RTR-Radio e Televisiun Rumantscha).<sup>404</sup>

Всяка от радио-телевизионните компании има по няколко радио и телевизионни канала, които се различават в зависимост от музиката или тематиката на информацията, която представят. Макар ефирните емисии на всеки от различните езици да се приемат основно в собствените райони, програмата на радио и телевизионните станции се разпространява по кабел и сателит в цялата страна. Основните тематични акценти са поставени върху информацията, образованието и забавлението. ЕсАрГи ЕсЕсАр има шест основни студия (в Цюрих, Берн, Базел, Женева, Лозана и Лугано), както и още четири регионални студия.

Водещи за страната са двата обществени канала на немската телевизия **ЕсЕф 1 (SF1)**, който започва излъчване през 1958 г. и **ЕсЕф 2 (SF2)**, който е в ефир от 1997 г.

Освен това съществува **ЕсАпАй (SRI, Swiss Radio International)**, което стартира своите емисии през 1980 г. на три радиоканала според музиката и тематиката: Radio Swiss Pop, Radio Swiss Classic, Radio Swiss Jazz. Радиото излъчва на къси вълни или чрез сателит, програмата му е на различни езици: английски, френски, немски, италиански, испански, португалски, арабски, китайски и японски.

Появата на частните радио и телевизионни канали следва общоевропейския модел, но тяхното влияние не е толкова значимо. Радиостанциите са регионални, те имат тясна тематична насоченост. Телевизионните канали нямат добро търговско представяне, поради

---

<sup>399</sup> [www.drs.ch/www/de/drs/nachrichten.html](http://www.drs.ch/www/de/drs/nachrichten.html)

<sup>400</sup> [www.sf.tv/](http://www.sf.tv/)

<sup>401</sup> [www.rsr.ch/](http://www.rsr.ch/)

<sup>402</sup> [www.tsr.ch/](http://www.tsr.ch/)

<sup>403</sup> [www.rsi.ch/home.html](http://www.rsi.ch/home.html)

<sup>404</sup> [www.rtr.ch/home](http://www.rtr.ch/home)



съществуващото в Швейцария ограничение за телевизионна реклама – едва малко над 18% от приходите на телевизиите идват от реклама, за разлика например от Германия, където тази цифра е около 43%. Поради това до 2002 г. немскоезичните частни телевизии ТеВе 3 (TV3) и Теле 24 (Tele24) покриват едва 3% от аудиторията. По-активна на пазара е У1 (U1), която е създадена през 2005 г.

## ИНФОРМАЦИОННА АГЕНЦИЯ

Подобно и на другите европейски страни медийното съдържание в Швейцария е създавано с помощта на информацията, предлагана от информационните агенции. Водещо положение има националната информационна агенция **Швайцерише Депенсенагентур (Schweizerische Depeschengentur, SDA)**<sup>405</sup>, която предлага разнообразни новини в областите на политиката, икономиката, социалната и културната тематика на три езика – немски, френски и италиански език, а нейни клиенти са както националните, така и много чуждестранни медии.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социалното значение на швейцарските медии наистина е голямо, защото те са основен информационен източник за развитието на отделния регион, в който работят, и заедно с това, именно те гарантират езиковото и културно разнообразие в страната, служат като средство за социална равнопоставеност на отделните езикови и социални групи, за постигане на икономически просперитет, за създаване на климат на политическа толерантност и независимост.

### Литература

Западна Европа – част 1: Австрия, Германия, Швейцария, Лихтенщайн, С., 1999, Грамма.

Зарубежная печать. Газеты, журналы, информационные агентства. М., 1986.

История печати, Том I и Том II, М., 2001, Аспект Пресс.

Козлова, М.М. История журналистики зарубежных стран, 1999, Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет.

---

<sup>405</sup> [www.sda.ch](http://www.sda.ch)

Church, C. H. (ed.) *Switzerland and the European Union. A close, contradictory and misunderstood relationship*, 2007, Routledge.

Kelly, M., G. Mazzoleni, D. McQuail (eds.), *The Media in Europe*. London, 2004, SAGE.

Kriesi, H., P. Farago, M. Kohli, M. Zarin-Nejadan (eds.), *Contemporary Switzerland. Revisiting the Special Case*, 2005, Palgrave Macmillan.

Kriesi, H., A. H. Trechsel, *The Politics of Switzerland. Continuity and Change in a Consensus Democracy*, 2008, Cambridge University Press.

Schelbert, L. *Historical Dictionaries of Europe*, No. 53, 2007, Scarecrow Press.

## 10: ШВЕЦИЯ

*Мария Попова*

### ПЪРВИ ИЗДАНИЯ

Според изследователите „Историята на Швеция е история на нейните крале“. Навярно тогава може да се каже, че историята на медиите на Швеция е история на шведското общество. Подобно и на останалите скандинавски държави, Швеция е сред европейските страни с едни от най-високите показатели на четене на вестници и гледане на телевизия. А причините за това са както големият интерес на шведите към медийната информация, така и добрите практики, които различните шведски правителства въвеждат за регулиране на медийното пространство – приемането на свободата на словото като конституционно право на един много ранен етап, а също финансовите стимули, които се предоставят за съществуването на разнообразни като формати и като мнения медии.

Появата на журналистиката в Швеция следва наложения в Европа модел на хвърчащите листове с новини. По това време Швеция, заедно с територията на днешна Финландия, е част от обща държава, заедно с Дания и Норвегия, в рамките на Калмарската уния, която е създадена през 1397 г. под управлението на тези територии на кралица Маргрета I Датска. През 16 век първият от известните шведски крале Густав I Васа (1496-1560), възползвайки се от протичащата в цяла Европа Реформация и след като приема лутеранството за национална религия, напуска унията и възстановява независимостта на Швеция. В следващите години шведските крале утвърждават националните интереси в скандинавския регион чрез продължителни войни със своите съседи – Дания, Норвегия, Полша и Русия.

Провежда се и интересна социална политика – управляващата по това време кралица Кристина (1626-1689) прави опити да привлече в страната представители на европейския интелектуален елит и да наложи по-модерни форми на социални отношения. Тя продължава да разчита и на традиционната подкрепа на аристокрацията, която е собственик на повече от 2/3 от шведската земя, за сметка на шведските селяни. Швеция е излязла победител от тридесет годишната война, която започва като противопоставяне между протестантите и католиците, но

постепенно прераства в сериозен военен и катастрофален икономически конфликт в цяла Западна и Северна Европа, както и от кратката война с Дания, и тя е придобила значително международно влияние. Управляващият канцлер Аксел Оксеншерна се опитва да модернизира страната, икономически да я стабилизира, но постепенно отношенията му с младата кралица се влошават и тя заплашва с провеждането на радикални реформи, подкрепена от гласовете на третото съсловие и селяните в шведския парламент.

Именно тогава – през 1645 г. в Стокхолм се появява и първият шведски вестник под името „**Ординери пост тийдендер**“ („**Ordinäri Post-Tijdender**“, „Редовни пощенски времена“), който има относително дълго съществуване. Създаден е по идея на кралица Кристина и канцлера Оксеншерна. Според някои източници вестникът е своеобразно продължение на излизания от 1632 г. на немски език в Лайпциг в. „Ординрти свенске постцайтунг“ („**Ordinrti Svenske Postzeitung**“, „Обичаен шведски пощенски вестник“). През 1834 г. „Ординери пост тийдендер“ променя името си на „**Сверигес Статстиднинг**“ („**Sveriges Statstidning**“, „Шведски държавен вестник), а от 1844 г. вече се нарича „**Пост-ош инрикес тиднингар**“<sup>406</sup> („**Post-och Inrickes-Tidningar**“, „Пощенски и местни времена“). Вестникът е официален орган на кралството и сред неговите редактори са такива личности като писателя и философ П. А. Валмарк и известния поет и драматург А. Стриндберг.

---

**Юхан Аугуст Стриндберг** (1849 – 1912) е шведски драматург, писател и художник, основоположник на съвременната шведска литература и шведски театър. След завършването на Университета в Упсала написва първата си пиеса „Господарят Улуф“. Политическите му интереси са свързани със Социалистическата партия в Швеция, което намира отражение в литературните му произведения. Автор е на пиесите „Госпожица Юлия“, „Мървешки танц“, романа „Червеният салон“ и други.

---

Вестникът продължава да се публикува като държавен вестник и досега е най-старият все още излизащ вестник в света, въпреки че от 2007 г. излиза само в интернет.

През 1654 кралица Кристина е принудена да абдикира и преоблечена в мъжки дрехи се установява в Рим. Наследява я братовчед ѝ Карл X Густав (1622-1660), който започва първата Северна война като нахлува в Полша, а по-късно и в Дания. Неговият син Карл XI (1655-

---

<sup>406</sup> <https://poit.bolagsverket.se>

1697) въвеждат относително мирно управление, следвайки модела на икономическо развитие.

Едва крал Карл XII (1682-1718), известен като „Наполеон на Севера“, започва агресивна военна и международна политика, благодарение на която Швеция успява да се наложи над страните от цяла Скандинавия, Прибалтика и част от днешна Германия, като присъединява към себе си множество територии. Неуспехът му идва с драматичния разгром от войските на руския цар Петър I през 1709 г. при Полтава, когато се налага да избяга в Османската империя, преминавайки и през България. Това за дълъг период отказва шведите от военни атаки.

Карл XII превръща страната в абсолютна монархия, но с неговата смърт шведското надмощие е прекратено, а политическото противопоставяне в парламента между представителите на четирите съсловия, обединени в двете партии на „шапките“ и „калпаците“ създават благоприятни условия за навлизането на буржоазията в управлението на страната, но и за утвърждаването на медиите като водещ обществен фактор.

Според приетите през 1720 г. конституция и закон за риксдага (парламента) от 1723 г. правомощията на кралската власт, в лицето на Фредерик I (1676-1751) по това време, трябва да бъдат ограничени, а страната да се управлява от риксрода (държавния съвет), начело на който е неговият председател Арвид Бернхард Хорн. При последвалия конфликт между парламента и държавния съвет в периода 1738 – 1739 г. Хорн е отстранен, а съставът на съвета започва да се формира според решенията на парламента. В резултат се създават две противоречащи си партии – „партия на шапките“, която обединява противниците на Хорн и „партия на калпаците“ на неговите привърженици. Благодарение на това и на последвалата „епоха на свободата“ (в периода 1719-1772) се поставят основите на шведския политически и парламентарен модел, който е политически активен в дискусивно противоборство, подобно на английския, но и по шведски толерантен в поделянето на политическото управление. Идеологически партиите нямат особени различия – „шапките“ искат продължение на завършилата неблагоприятно за Швеция война с Русия и са покрепяни от френската дипломация, докато „калпаците“ се обявяват против нови военни действия и търсят подкрепата на английските и руските представители, поради което двете партии се редуват да управляват страната.

През 1769 г. в Стокхолм излиза и първият шведски всекидневник „Далигт Алеханда“ („Dagligt Allehanda“, „Всекидневни новини“), кой-

то съществува под това име до 1848 г., а по-късно е обединен с други издания. Вестникът е с либерална позиция и сред неговите редактори са Вилем Фредерик Далман и Свен Адолф Хедлунд.

---

**Свен Адолф Хедлунд** (1821-1900) е шведски политик и издател. След като завършва право в Университета в Упсала, известно време работи в шведското образователно министерство и в стокхолмската национална библиотека, а в последствие започва да пише за шведските вестници „Хермодер“ („*Hermoder*“) и „Даглигт Алеханда“, както и е отговорен редактор на в. „Оребро Тиднинг“ („*Örebro Tidning*“, „Вестник на Йорекбу“). През 1851 г. е част от редакцията на най-големия шведски в. „Афтонбладет“ („*Aftonbladet*“, „Сутрешен вестник“), а година по-късно е отговорен редактор на влиятелния в. „Йотебориес ханделс-ош хюефортшгиднинг“, „*Göteborgs Handels-och Sjöfartstidning*“, „Търговски вестник на Гьотеборг“), на която позиция остава до смъртта си. Благодарение на журналистическата и издателската си дейност се превръща в значима фигура за развитието на цялата шведска преса. Приятел е на известния шведски писател и публицист *Виктор Ридберг*, последният представител на романтизма в Швеция, автор на множество романи, стихотворения, есета, философски текстове.

Хедлунд неколкократно е избран за член на парламента, където се явява защитник на свободата на словото, свободата на вероизповедание и на свободна търговия, подкрепя промените в избирателния закон, според който традиционното шведско събрание се превръща в двукамарен парламент. Подпомага и развитие на гр. Гьотеборг, включително като съдейства за създаването през 1887 г. на Университета в Гьотеборг.

---

Един от най-важните от медийна гледна точка управленски актове от страна на шведския парламент и шведския крал Густав III (1746-1792) е въвеждането на свободата на словото през 1766 г. Това дава възможност за успешното развитие на журналистическата периодика, на публикуването на много нови книги и брошури, за свободния достъп до източниците на информация и до официалните документи. По-късно този закон влиза и в приетата през 1772 г. шведска конституция. Това, заедно с устойчивите икономически и селскостопански показатели, политическата стабилност и културното развитие, създават добри условия за шведския просперитет.

В международен план положението не е толкова благоприятно. През 1808 г., в резултат от завоевателната война на Русия, Финландия е отделена като полуавтономно херцогство под управлението на Русия, а година по-късно крал Густав IV Адолф (1778-1837), син на Густав III, е свален от власт, на трона сяда неговият брат Карл XIII (1748-1818). Според приетата конституция Швеция формално е монархия, но ре-

алното управление е в правомощията на държавния съвет и най-вече на парламента. Малко по-късно същият този парламент в опита си да влезе в съюз с френския император Наполеон за евентуалното връщане на Финландия дава властта на един от бившите маршали на Наполеон Жан-Батист Бернарот, който заема шведския трон под името Карл XIV Юхан (1763-1844). Новият крал взема участие в антифренската коалиция с Англия и Русия и успява да присъедини Норвегия към шведските територии. Въпреки че през 1814 г. Норвегия прави опит да обяви независимост, тя е заставена да продължи унията си с Швеция чак до 1905 г.

Това е времето на голяма индустриализация на държавата, на увеличаване на броя на работниците за сметка на селяните, голяма част, от които са обезземлени и поради това над 1 млн. от тях емигрират към САЩ. През 1842 г. е въведено и задължително основно образование, което увеличава грамотността сред обществото и създава условия за появата на нови, политически ориентирани вестници, но заедно с тях – и на масови, многотиражни вестници, на списания с по-забавно съдържание, и на илюстрирани издания.

Първият вестник със самостоятелна политическа програма е „**Анмеркарен**“ („**Anmärkaren**“, „Обекти“), който излиза от 1816 г. в Стокхолм и продължението му „**Аргус**“ („**Argus**“, „Аргус“), публикувано в периода 1825 – 1835 г., успоредно с втория либерален вестник „Афтонбладет“.

Сред консервативните шведски вестници трябва да бъдат споменати „**Свенска Минерва**“ („**Svenska Minerva**“ „Шведска Минерва“), който излиза в периода 1830 – 1848 г. под ръководството на И.К. Аскалеф и „**Свенска биет**“ („**Svenska Biet**“, „Шведска пчела“).

Няколко години по-късно, през 1888 г. в гр. Малмьо започва да излиза в. „**Сконска дагбладет**“<sup>407</sup> („**Skånska Dagbladet**“, „Всекидневник на Сконе“), който подкрепя Партията на центъра и обединява дребната буржоазия в провинцията. А от 1889 г. се появява либералният, а по-късно и социалистическия в. „**Стокхолмс тиднинген**“ („**Stockholms-Tidningen**“, „Стокхолмски сутрешен вестник“), който бързо става най-популярният вестник в столицата, и само година след първия си брой достига тираж от 100 хил. екз, което го определя като най-тиражния вестник в цяла Скандинавия. Изданието излиза до 1966 г., направен е неуспешен опит да бъде възстановено в периода 1981 – 1984 г.

Подобно на останалите европейски страни в края на 19 век, в Швеция също започват да излизат работнически издания, които отра-

---

<sup>407</sup> <http://www.skanskan.se>



заяват възгледите на новопоявилите се социалистически и комунистически партии и защитават интересите на бързо нарастващия брой работници. Подобен вестник е „**Социал-Демократен**“ („**Social-Demokraten**“, „Социалдемократ“), който се публикува от 1885 г. по идея на шведския политик Аугуст Палм – лидер на социалдемократичното работническо движение в Швеция и инициатор на социалните реформи в страната. Вестникът е орган на шведската Социалдемократическа партия, която е създадена през 1889 г. и, в резултат на активната си пропагандистка роля, съдейства за подобряването условията на работа на шведските работници и спомага да утвърждаването на шведския модел на социална равнопоставеност. Вестникът съществува под това име до 1945 г., след което до 1958 г., излиза като „**Морон-тиднинген**“ („**Morgon-Tidningen**“, „Сутрешен вестник“).

Списанията в Швеция водят началото си от издания като „**Седолеранде Меркуриус**“ („**Sedolerande Mercurius**“), което излиза в периода 1730-1731 г. и „**Ден Свенска Аргус**“ („**Then Svänska Argus**“, „Шведски Аргус“), което се публикува седмично в периода 1732 – 1734 г. от шведския поет Улоф фон Далин. То е създадено по аналогия на английските морални издания като „Спектейтър“ и „Тетлър“ и в неговите 6-8 страници се представя социална, политическа критика, исторически и литературни текстове, забавни истории, написани на ясен и разбираем език, който е предпочитан от младата шведска аудитория.

---

**Улоф фон Далин** (1708-1763) е шведски благородник, поет и историк. Става популярен с издаването на седмичното списание „Ден Свенска Аргус“, благодарение на което се оказва ключова фигура в шведското Просвещение. По-късно работи като Кралски библиотекар и Кралски историограф, както и като учител на бъдещия крал Густав III. Автор е още на редица литературни произведения като алегоричната му сатира „Сага за коня“ (1740 г.), в която, чрез средствата на сатирата, представя историята на Швеция като баснята за коня Гроле и неговите стопани, в чийто черти, читателят без проблем може да разпознае шведските крале от Густав Васа нататък. А също на обширната „История на шведската държава“ (1747-1762), която е написана на разговорен шведски език, което позволява тя да се чете от по-голяма аудитория.

---

Първото критическо списание „**Свенске Меркуриус**“ („**Svenske Mercurius**“, „Шведски Меркурий“) е основано през 1857 г. По-популярно е „**Стокхолмс постен**“ („**Stockholms Posten**“, „Пощата на Стокхолм“), което започва да се публикува през 1778 г. и е редактирано от поета и критик, преподавател в университета в Турку, Йохан Хенкрик Келгрен и от журналиста Карл Петер Ленгрен.

Започват да излизат и по-забавни издания, предназначени за по-масовата аудитория, както и шведските варианти на „моралните списания“, познати в цяла Европа – като „Полифем“ („Polyphem“), „Фосфорус“ („Phosphorus“), „Идуна“ („Iduna“), „Свен“ („Sven“), „Фрей“ („Frey“), литературните „Ний Свенск тидскрифт“ („Ny Svensk Tidskrift“, „Ново шведско списание“), основано през 1865 г. в Упсала от Франц Александер фон Шееле и „Нордиск тидкрифт“ („Nordisk Tidkrift“, „Скандинавско списание“), основано през 1788 г., илюстрираният „Ний илюстрерад тиднинг“ („Ny Illustrerad Tidning“, „Нов илюстриран вестник“) и хумористичното „Сондас-Нисе“ („Söndags-Nisse“, „Неделен Нисе“).

## СЪВРЕМЕННИ ВЕСТНИЦИ

Политическата равнопоставеност и коректност продължават и в началото на 20 век. Изборите от 1911 г. и от 1917 г. са спечелени от левите партии, които се обединяват, за да подкрепят либералното правителство начело с Карл Стаф, заменен по-късно от Алмар Барнтинг. Социалдемократическият лидер Пер Албин Хансон написва програма, която впоследствие става известна като „шведски модел“. Програмата се основава на идеите на английския икономист Джон Кейнс и цели преодоляване на икономическата изостаналост чрез държавното стимулиране на производството и увеличаването на заетостта във всички сфери. Хансон залага на по-високите данъци при лицата с висок доход, социално преразпределение на разходите от публичния сектор – обща пенсия според изработения стаж, задължително образование и т.н. „Шведският модел“ в икономическо отношение се оказва печеливш, което, в съчетание с добрите икономически показатели и развитието на производителността, обуславя социалния просперитет и политическата стабилност на страната, както и нейното международно признание. В периода между 1932 г. и 1975 г. изборите почти без прекъсване са спечелени от Социалдемократическата партия, която управлява самостоятелно или в коалиция. Сигурно затова по време на Първата и Втората световна война Швеция обявява неутралитет, който е приет от Хитлер поради добрите търговски връзки между двете страни и износа на желязна руда към Германия. Трагичен факт от политическата история на страната е убийството на социалдемократическия министър-председател Улоф Палме през 1986 г. След това отново започва редуване между левите и десните сили в лицето на Народната партия, създадена през

1900 г., на Умерената коалиционна партия, създадена като Консервативна през 1904 г. и на Партията на центъра, които управляват след изборите от 1976 г. и от 1991 г.

---

**Улоф Палме** (1927-1986) е шведски политик, два пъти министър-председател на Швеция в периода между 1969-1976 г. и между 1982-1986 г., лидер на шведската Социалдемократическа партия от 1969 г. до смъртта си. Палме завършва право и икономика в Швеция и в САЩ. Политическата му кариера започва като участник във Шведското младежко движение, през 1953 г. е секретар на тогавашния министър-председател Таге Ерландер, през 1958 г. е избран за депутат, а през 60-те години последователно заема длъжностите министър без портфейл (1963-1965), министър на транспорта (1965-1967), министър на образованието и културата (1967-1969). През 1969 г. е избран за лидер на шведската Социалдемократическа партия, чийто член е от 1949 г. и същата година оглавява правителството. Между 1975-1982 г. ръководи международния комитет за Югоизточна Африка, а през 1980 г. създава независимата комисия по разоръжаване и безопасност, известна като „комисията Палме“.

Убит е през февруари 1986 г. на централна улица в Стокхолм пред очите на съпругата си. Заловеният по-късно и обвинен в убийството му Кристер Петерсон, отрича, но е осъден, а няколко години по-късно пуснат на свобода, поради липса на достатъчно доказателства. И досега причините за убийството на Улоф Палме остават загадка – според официалната версия убийството е извършено по искане на познат на Петерсон от затвора, според други е случайност. Има версии, че е дело на екстремистка групировка, както и че е свързано с работата на Палме по прекратяването на ирано-иракската война.

---

Според различни изследователи успехът на Швеция се дължи на добрите икономически показатели, на нейните материални ресурси (най-вече желязна руда и горски масиви), на развитието на новите технологии и науката. Своеобразният „скандинавски социализъм“, както често се определя нейният икономически модел, се дължи и на доброто социално положение, на политическата и социалната равнопоставеност, на външнополитическия курс, който страната следва, като залага на стабилност, добросъседство, благоприятни търговски връзки, регионално сътрудничество. От 1952 г. Швеция е част от Северния съвет, който е създаден за икономическо и търговско сътрудничество между нея, Дания, Норвегия, Исландия и Финландия. А след разпадането на Съветския съюз се търси координацията и със страните от Прибалтика – Литва, Латвия и Естония.

Съвременният шведският медиен пазар традиционно е силен. Повече от 80% от възрастното население или почти всички социални групи, представени в шведското общество, всекидневно четат вестници.

През последните години се наблюдава нарастване на нечетящата аудитория единствено в района на Стокхолм, но се прави опит тя да бъде обхваната от безплатните вестници.

Има няколко отличителни черти на пазара на пресата: вестниците като цяло са регионални, само два таблоида и един икономически вестник имат национално разпространение. Почти 100% от вестниците се разпространяват чрез предварителен абонамент и домашна доставка. Едно от възможните обяснения е, че при силната конкуренция с електронните и новите дигитални медии, аудиторията успява да получи необходимата информация не от два вестника (както досега – национален и регионален), а само от един, при което местният вестник се оказва предпочитан. В последните години тиражите на национално разпространяваните всекидневници значително падат, част от тях започват да предлагат на читателите си притурки с местни новини за отделните региони. Тази тенденция е характерна за печатните медии в цяла Европа.

Медиите в Швеция са собственост на големи и финансово стабилни медийни компании, с изцяло местен или смесен капитал, които притежават медии и в други европейски страни.

Шведските медии като цяло биват силно защитавани и подпомогани от държавата. Освен че свободата на пресата е конституционно право от 1766 г., регулирани са и правото на публикуване и разпространение на информация, носенето на отговорност (например при публикувана неточност може да бъде съден само отговорният редактор), наблюдава се и висока степен на социална отговорност на журналистиката пред обществото.

Медиите се стремят да изглеждат надпартийни и да отразяват позициите на всички социални групи, въпреки че политизацията дълго време е характерна особеност на скандинавската преса. Но появата на множество заглавия, засилващата се пазарна ориентация на журналистиката, фрагментаризирането и отслабващия интерес към печатните медии, водят до постепенното изчезване на типичните политически вестници или до превръщането им в масови, чисто информационни издания.

Същевременно част от качествените вечерни вестници разширяват традиционната си информационна функция към развлекателната и се превръщат в своеобразен хибрид между качествено издание и таблоид – т.нар. „кваллоид“ (квалитетен таблоид). Въпреки това шведските медии успяват да намерят границата между комерсиализацията и новинарството, както и между политическата пристрастност, търговски-

те норми на медийния пазар и възможностите на журналистиката да формира обществено мнение. Навярно причина за това отново е шведският модел на толерантност, публичното налагане на идеите за социално равенство, високата степен на социална и етническа хомогенност на шведското общество, отсъствието на тоталитарни форми на контрол и пропаганда в северните европейски страни (за разлика от Централна и Югоизточна Европа).

Има и добре разработена държавна политика, която подпомага пресата, пречи на монополизацията на медийния пазар и запазва разнообразието на мненията. Интересен в това отношение е наложеният в Швеция модел на „втория вестник“, който позволява преливане на капитала от рекламни постъпления от водещите вестници към вторите на пазара, както и към регионални издания или към издания, които не са финансово стабилни. Това е фонд „Робин Худ“, който трябва да подпомага догонващите издания и да гарантира медийния плурализъм. Тази практика се прилага за първи път през 1971 г., когато се определя специален данък върху рекламата, чийто постъпления отиват към медиите, които заемат втора позиция на пазара по рекламни приходи.

Друга форма на финансова помощ предоставя шведското правителство чрез директни парични преводи към вестниците или чрез подкрепа на модернизацията и въвеждането на нови технологии за производство в регионалните издания, чрез определяне на по-нисък ДДС или освобождаване от данък върху рекламата. За някои всекидневници и регионални вестници това дотиране надхвърля една четвърт от техните приходи и е важна помощ за оцеляването им на пазара.

В Швеция има над 160 всекидневника и още над 5000 вестника с различна периодичност (публикуват се един или два пъти в седмицата, или по-рядко) и разпространение. Затова вестниците могат са бъдат обособени на:

1) големи качествени ежедневници, излизаци в трите големи града в Швеция – такива са „Дагенс нюхетер“ и „Свенска дагбладет“ от Стокхолм, „Йотебориес-постен“ от Гьотеборг и „Сидсвенска дагбладет“ от Малмьо;

2) таблоиди (или квалоиди) като „Афтонбладет“ и „Експресен“;

3) регионални вестници като „Блекинге ленгс тиднинг“<sup>408</sup> („**Blekinge Längs Tidning**“) в Карлскруна, „Нерикес Алеханда“<sup>409</sup> („**Nerikes Allehanda**“), излизащ в района на Йоребру и „Остйота-

---

<sup>408</sup> [www.bl.se](http://www.bl.se)

<sup>409</sup> [www.na.se](http://www.na.se)

Кореспондентен<sup>410</sup> („Östgöta-Correspondenten“, „Кореспондент на Източна Готландия“), който се публикува в района на Линшьопинг от 1838 г. и има тираж от 60 хил. екз., „Хелсинбориес дагблад“<sup>411</sup> („Helsingborgs Dagblad“, „Вестникът на Хелсингборг“), който излиза в Хелсингборг и е сред най-големите местни издания с тираж от 84 хил. екз. и история, датираща от 1847 г. Такива издания са също „Упсала Нийа Тиднинг“<sup>412</sup> („Upsala Nya Tidning“, „Нов вестник на Упсала“), публикуван в Упсала от 1890 г. и с тираж от 60 хил. екз. и „Бороас тиднинг“<sup>413</sup> („Borås Tidning“, „Вестник на Бурос“), който излиза от 1826 г. в Бурос и има над 50 хил. екз. тираж;

4) регионални вестници, които излизат веднъж или два пъти в седмицата като „Арбетарен“<sup>414</sup> („Arbetaren“, „Работници“) и „Мйолндолс-Постен“<sup>415</sup> („Mölnbalds-Posten“, „Пощата на Мьолндал“);

5) национални бизнес всекидневници като „Дагенс индустри“ и „Финанстиднинген“<sup>416</sup> („Finanstidningen“, „Финансов вестник“);

6) безплатни вестници като „Метро“.

Най-голямата вестникарска компания „Бониер бизнес груп“ („Bonnier Business Group“) притежава, чрез дъщерните си дружества (като например „Мариенберг“), водещите шведски вестници „Дагенс Нюхетер“, „Експресен“, „Сидсвенска Дагбладет“, „Дагенс Индустри“. А също има издателство за книги, компания за публикуване на комикси и тийнейджърски списания, други специализирани списания. От 90-те години държи акции в медийни канали като столичното радио „Мегапол“, регионалното радио „Биг Радио“, влага средства в комерсиалните телевизионни канали ТВ3 и ТВ4. Има и активи в областта на мебелната промишленост и медицинските диагностични препарати. След падането на Желязната завеса и отварянето на медийния пазар на Изток, подобно на други северно и западноевропейски медийни компании започва да изкупува дялове в източноевропейски медии. Поради традиционния шведски интерес към Прибалтика, „Бонер груп“ проявява интерес към информационна агенция в Естония, а по-късно става лидер на пазара на икономически и финансови издания със закупуването на естонския в. „Ерияев“, латвийския в. „Дагенас бизнес“, руския в. „Делавой Петербург“.

---

<sup>410</sup> [www.corren.se](http://www.corren.se)

<sup>411</sup> <http://hd.se>

<sup>412</sup> [www.unt.se](http://www.unt.se)

<sup>413</sup> [www.bt.se](http://www.bt.se)

<sup>414</sup> [www.arbetaren.se](http://www.arbetaren.se)

<sup>415</sup> [www.molndalsposten.se](http://www.molndalsposten.se)

<sup>416</sup> [www.finanstidningen.biz/](http://www.finanstidningen.biz/)

Основен успех на „Бониер груп“ е най-тиражният вестник в Швеция „Дагенс Нюхетер“<sup>417</sup> („Dagens Nyheter“, „Новините на деня“). Вестникът е основан през 1864 г. в Стокхолм от бившия журналист на „Афтонбладет“ Рудолф Уол. Това е първият сутрешен шведски вестник. Идеята е изданието да бъде алтернатива на партийната сериозна преса и да наложи модела на „пени пресата“ в Швеция. Като политическа позиция се определя като „независимо либерален“, въпреки че неформално подкрепя шведска Народна партия. В момента тиражът е над 360 хил. екз.

Друг успешен вестник на „Бониер груп“ е „Експресен“<sup>418</sup> („Expressen“, „Експрес“), основан през 1944 г. също като независим либерален вестник. Насочен е към младата аудитория, за разлика от съществуващите сериозни издания, поради което като съдържание вестникът се доближава до таблоидната преса. Също подкрепя Народната партия. Тиражът му е близо 340 хил. екз.

Местният в. „Сидсвенска дагбладет“<sup>419</sup> („Sydsvenska Dagbladet“, „Вестник на Южна Швеция“) е основан през 1848 г. в град Малмьо, също се определя като независимо либерален и е собственост на „Бонер груп“. Тиражът му е близо 130 хил. екз.

„Дагенс индустри“<sup>420</sup> („Dagens Industri“, „Съвременна индустрия“) е финансов всекидневник, създаден през 1976 г., който бързо се превръща в най-значимото бизнес издание в региона. Следва модела на британския в. „Файненшъл таймс“ и даже, подобно на него, излиза на розова хартия. Ориентиран към „едрия бизнес“, публикува значителна като обем специализирана информация, включително курсовете на акциите, котировките на различни валути. Има няколко притурки. Също е собственост на „Бониер груп“. Тиражът е му около 95 хил. екз.

Най-тиражният шведски вестник е либералният „Афтонбладет“<sup>421</sup> („Aftonbladet“, „Сутрешен вестник“). Основан е през 1830 г. от Ларш Йохан Хиерта, приет за създател на съвременната шведска журналистика, залагайки основите на либералния печат.

---

Ларш Йохан Хиерта (1801-1872) е шведски либерален политик, издател и публицист. Завършва право в университета в Упсала, където получава и докторска степен. Той е водещ юрист, известен с точните си съвети и преценки

---

<sup>417</sup> [www.dn.se](http://www.dn.se)

<sup>418</sup> [www.expressen.se](http://www.expressen.se)

<sup>419</sup> [www.sydsvenskan.se](http://www.sydsvenskan.se)

<sup>420</sup> <http://di.se>

<sup>421</sup> [www.aftonbladet.se/](http://www.aftonbladet.se/)



и с борбата си за народно просвещение, свобода на мненията и национална независимост.

Журналистическата му кариера започва във вестниците „Консервативонсбладет“ („Conservationsbladet“) през 1824 г., „Аргус“ (от 1824 до 1826 г.) и в „Стокхолмспостен“ („Stockholmsposten“, „Поща на Стокхолм“, между 1826 и 1828 г.), в които работи като хуморист, новинар и политически редактор. През 1829 г. основава собствена издателство и година след това започва издаването на в. „Афтонбладет“.

Скоро след първия си брой „Афтонбладет“ се превръща в най-разпространения вестник в кралството. Във вестника се публикуват критически текстове, в които се дава ясна и точна оценка по всички въпроси, заклеияват се недостатъците на съвременното общество, отстоява се идеята за необходимост от народно просвещение, свобода на мненията и самостоятелност от съседните държави. В тематично отношение „Афтонбладет“ е доста разнообразен – има множество съдебни репортажи, социални и икономически новини, забавни четива, литературна и културна критика.

Хиерта използва вестника, за да се противопостави на кралската власт, за намаляване кралските и увеличаване на парламентарните правомощия, както и за подпомагане на успешната демократизация на страната. От своя страна, кралското управление се опитва неколккратно да затвори вестника поради публикуването на неудобни за него информации. За да заобиколи забраните редакцията издава нови тиражи на вестника, който вече носят названията „Втори Афтонбладет“, „Трети Афтонбладет“ и т.н.

По това време тиражът на вестника е 30 хил. екземпляра и има седмично приложение с тираж от 150 хил. екземпляра. Днес вестникът е собственост на шведската медийна компания „Суидиш Трейд Униън Конфедерейшън“ („Swedish Trade Union Confederation“) и на норвежката медийна група „Шибстед“ („Schibsted“) и има тираж от близо 430 хил. екз. По време на съществуването си вестникът заема различни позиции – от подкрепящ либералите, през подкрепа на Германия по време на Втората световна война, до таблоид, който декларира, че създава сериозна журналистика. Сега политически е ориентиран към шведската Социалдемократическа работническа партия.

Особен интерес представлява и другият шведски вестник собственост на компания „Шибстед“ „Свенска дагбладет“<sup>422</sup> („Svenska

---

<sup>422</sup> www.svd.se

**Dagbladet**“, „Шведски вестник“), който е създаден през 1884 г. в Стокхолм и заема културно-просветителски позиции. Политически се определя като независимо консервативен, подкрепяйки Умерената коалиционна партия. Тиражът му е около 187 хил. екз.

Регионалният в. „**Йотебориес-постен**“<sup>423</sup> („**Göteborgs-Posten**“, „Пощата на Гьотеборг“) е основан през 1813 г. в Гьотеборг, но спира да излиза през 1822 г. Започва да се публикува отново през 1850 г., а от 1939 г. е всекидневник. Основно се разпространява в региона на Гьотеборг в компактен формат, за разлика от повечето шведски вестници, които излизат в таблоиден формат, и е с тираж от 245 хил. екз. Съдържанието му е доста разнообразно като има акцент върху местните новини. Политически се определя като либерален, представяйки позициите на Народната партия.

Могат да бъдат посочени и някои чисто партийни издания. Такива са списанията „**Актуелт и политикен**“<sup>424</sup> („**Aktuellt i Politiken**“, „Актуалното в политиката“) и „**Тиден**“ („**Tiden**“, „Време“), които са издания на лявата шведската Социалдемократическа работническа партия. Интересите на шведските либерали са представени от Народната партия, чийто издания са сп. „**Утрик**“ („**Uttryck**“, „Перспектива“), както и от Партията на центъра и нейното сп. „**Свенск политик**“ („**Svensk Politik**“, „Шведска политика“). Шведските консерватори са привърженици на Умерената коалиционна партия, чийто орган е сп. „**Медбориарен**“<sup>425</sup> („**Medborgaren**“, „Гражданин“). Влияние има и Христианско-демократичният съюз и неговото списание за християнските ценности и вяра „**Дарен**“<sup>426</sup> („**Dagen**“, „Ден“).

Подобно на останалите европейски държави през последните години на шведския медиен пазар се появяват безплатни вестници, които, чрез кратките си съобщения, развлекателно съдържание и лесна достъпност, стават много популярни сред обществото и финансово особено печеливши. Първите безплатни вестници в света се появяват в САЩ, а сред европейските държави лидер е именно Швеция и нейният в. „**Метро**“ („**Metro**“, „Метро“). Той започва да се публикува на 13 февруари 1995 г. в Стокхолм под името „Метропол“ („**Metropol**“) и е първият всекидневник разпространяват безплатно чрез обществения транспорт в Стокхолм. Сега тиражът му е близо 270 хил. екз. и се явява

---

<sup>423</sup> [www.gp.se](http://www.gp.se)

<sup>424</sup> [www.aip.nu](http://www.aip.nu)

<sup>425</sup> [www.moderat.se](http://www.moderat.se)

<sup>426</sup> [www.dagen.se](http://www.dagen.se)

основен конкурент за аудитория и рекламни постъпления на таблоидите „Афтонбладет“ и „Експресен“. Подобно и на останалите безплатни вестници в света „Метро“ е насочен към младежката аудитория, която рядко или въобще не потребява вестници, предпочита бързата информация на електронните медии или безплатния достъп до интернет и новите медии.

В следващите няколко години се появяват версии на „Метро“ в различни страни в Европа, Северна и Южна Америка, Азия. Всички изданията са собственост на шведската компания „Метро интернешънъл“ („**Metro International**“), която е и най-голямата световна компания за издаване и разпространение на безплатни вестници.

Друг интересен безплатен вестник е „**Стокхолмс сити**“<sup>427</sup> („**Stockholms City**“, „Град Стокхолм“), собственост на „Бониер груп“, чието съдържание е насочено към актуалната градска информация и който има над 400 хил. читатели.

## СЪВРЕМЕННИ СПИСАНИЯ

По отношение на списанията се наблюдава традиционното разнообразие на заглавия с ясна тематична насоченост – има много женски списания, списания за спорт, храна, научни открития, и т.н. И тук основен издател е „Бониер груп“, който контролира някои от най-популярните шведски списания като женското „**Амелия**“ („**Amelia**“, „Амелия“), кулинарното „**Алт ом мат**“<sup>428</sup> („**Allt om Mat**“, „Всичко за храните“), „**Текникенс ворлд**“<sup>429</sup> („**Teknikens Värld**“, „Технологичен свят“), научно-популярното „**Илюстрирад ветенскап**“ („**Illustrerad Vetenskap**“, „Илюстрирана наука“), което има тираж от около 350 хил. екз. и е популярно не само в Швеция, но и в Дания, Исландия, Норвегия и Финландия, бизнес изданието „**Веканс аферер**“<sup>430</sup> („**Veckans Affärer**“, „Бизнес седмица“).

## РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЯ

Електронният медиен пазар в Швеция също е добре регулиран, той се основава на толератност, конкурентноспособност и балансираност на информацията.

---

<sup>427</sup> <http://city.se/>

<sup>428</sup> [www.alltommat.se](http://www.alltommat.se)

<sup>429</sup> [www.teknikensvarld.se](http://www.teknikensvarld.se)

<sup>430</sup> <http://va.se>

Общественият оператор Шведска радиотелевизионна корпорация е създаден по модела на британския Би Би Си и неговите акции са разпределени между различни обществени организации, прескомпани, промишлени предприятия и шведското правителство. В началото на 90-те години на 20 век корпорацията контролира Шведското радио, Шведската телевизия и Шведско образователно радио, но през 1994 г. се разделя на две организации – шведско радио и шведска телевизия. С приемането на решение за създаването на частни електронни медии, а в следствие с активната им позиция на пазара, се изграждат условия за силна конкуренция между обществените и частните радио и телевизионни канали, което гарантира равнопоставеността между тях и спомага за създаването на действително качествен аудиовизуален продукт, отговарящ на интересите и очакванията на шведското общество.

Общественото шведско радио **Ес Ер**<sup>431</sup> (**SR, Sveriges Radio**) започва да излъчва през 1925 г. и има доминираща роля, като покрива близо 60 % от слушателите. То има четири национални канала – **P1**, който е с най-разнообразно тематично съдържание от новини, културни и социални предавания, **P2**, който предлага образователни предавания, публицистика за емигранти и класическа музика, най-активен в конкуренцията с частните медии е **P3**, която е младежка програма със забавна музика и регионалният канал **P4**, който предлага новини и социална проблематика чрез програми, изготвени от 25 регионални радиостанции в страната. Освен това съществува и международният канал **Ес Ер Интернационал (SR International)**, който излъчва на средни и къси вълни и е насочена към чуждестранните слушатели, а емисиите му са на над 19 чужди езика.

Обществената шведска телевизия **Ес Ви Ти**<sup>432</sup> (**SVT, Sveriges Television**) започва да излъчва своята програма през 1956, а от 1969 г. има и втори телевизионен канал. Интересно е, че по това време съществува дискусия в обществото дали трябва да има втори комерсиален канал, но правителството предпочита да има вътрешна конкуренция между два обществени канала пред външна конкуренция между един обществен и един частен канал.

Програмата на **Ес Ви Ти 1 (SVT1)** е национално ориентирана, докато програмата на **Ес Ви Ти 2 (SVT2)** се опира на продукцията на 10-те регионални телевизионни центрове. Съществува и отделен канал за шведскиговорещата аудитория във Финландия и сателитен канал

---

<sup>431</sup> <http://sverigesradio.se>

<sup>432</sup> [www.svt.se](http://www.svt.se)

за шведите по света. От 1999 г. започва излъчването и на 24-часов новинарски канал **Ес Ви Ти 24 (SVT24)**. Реално Ес Ви Ти не е държавна собственост, а е владение на фондация, която е основана с държавни средства през 1992 г.

Появата на частните радио и телевизионни канали в Швеция е предхождано от дълга обществена дискусия за тяхната необходимост. Относително късната им поява през 1993 г. (в сравнение с другите западноевропейски страни) отразява притеснението на шведската държава от възможността за нарушаване на политиката на толерантност и равнопоставеност на отделните социални групи, от комерсиализацията на медийните продукти.

Повечето от съществуващите частни радиостанции в Швеция са предимно локални. По-големи като обхват са 4 радиомрежи, които имат амбициите да обхванат цялата територия: **Енерджи**<sup>433</sup> (**Energy**), **Микс Мегapol**<sup>434</sup> (**Mix Megapol**), **Рикс Еф Ем**<sup>435</sup> (**Rix FM**) и **Фриа медия (Fria Media)**. Докато първите три представят една и съща програма за всичките си радиостанции, при Фриа медия се наблюдават вариации на програмата в зависимост от региона, в който се излъчва. През последните години радиопазарът търпи загуби, защото нарастващите като брой радиостанции не успяват да привлекат толкова слушатели, колкото са първоначалните им очаквания. Изключение отново са част от радиостанциите на Фриа Медия, което се дължи на локалния характер на тяхната информация.

В Швеция съществува и формата на т.нар. „съседско радио“. Подобни радиостанции излизат на пазара след 1978 г. и те се създават от различни доброволчески организации. Техните емисии са изцяло локални, (трансмисиите са в радиус от само 10 километра около центъра на излъчване). Идеята на съседското радио е чрез средствата на масмедииите обществените организации публично да представят своята социална, политическа, синдикална, религиозна или културна дейност. Доброволческите организации плащат малки такси за излъчване и се издържат основно от реклами, въпреки че слушателите им са под 2%.

Освен двата обществени телевизионни канала, шведската аудитория насочва своя интерес към програмите на частните телевизии. Сред популярните канали са **Те Ви 4**<sup>436</sup> (**TV4**), която има над 90% гледаемост.

---

<sup>433</sup> [www.nrj.se](http://www.nrj.se)

<sup>434</sup> [www.mixmegapol.se](http://www.mixmegapol.se)

<sup>435</sup> [www.rixfm.com](http://www.rixfm.com)

<sup>436</sup> <http://tv4.se>

Почти цялата ѝ програма е съставена от продукцията на местни и чуждестранни продуцентски фирми, само новините и някои общественоразпоритирани програми са изработени от екипа на телевизията. Своя продукция в програмата на телевизията представят и 16 местни телевизионни станции. Съдържанието е предимно забавно, включени са много сериали, комедии, игри, ориентирано е към младежка аудитория. Телевизията е собственост на компаниите „Киневик“ („Kinnevik“), „Алма медия“ („Alma Media“) и „Бонер груп“.

Втори по гледаемост е **Канал 5**<sup>437</sup> (**Kanal 5**), който е собственост на една от най-големите скандинавски медийни компании „Скандинейвиън Броудкастинг Систем“ („Scandinavian Broadcasting System“, SBS). Програмата на Канал 5 се излъчва чрез сателит от чужбина и залага на множество токшоу програми.

Популярна е и **Те Ве 3**<sup>438</sup> (**TV3**), която предлага игри и излъчва популярни спортни събития. Тя също е собственост на „Киневик“, която притежава и също толкова рейтинговия сред младежката аудитория музикален канал **Те Ве 6**<sup>439</sup> (**TV6**), създаден под името **Зе Ти Ви** (**ZTV**), за да бъде шведският еквивалент на **Ем Ти Ви** (**MTV**).

## ИНФОРМАЦИОННА АГЕНЦИЯ

Информационното съдържание в Швеция е създавано от шведската информационна агенция „Тиднингарнас телеграмбюро“<sup>440</sup> („Tidningarnas Telegrambyrå“). Агенцията е създадена през 1922 г. след обединението на три други компании и в момента е най-голямата информационна агенция в Скандинавия. От услугите ѝ се възползват над 100 шведски вестника, радио и телевизионни компании, правителствени институции и частни компании не само в Швеция, но и по света.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитието на шведските медии в голяма степен отразява развитието на шведското общество. Важната роля, която шведите отдават на своите вестници, се вижда от високата медийна употреба в сравнение с останалите европейски държави, от авторитета, който пресата има в

---

<sup>437</sup> <http://kanal5.se>

<sup>438</sup> [www.tv3.se](http://www.tv3.se)

<sup>439</sup> [www.tv6.se](http://www.tv6.se)

<sup>440</sup> [www.tt.se](http://www.tt.se)

страната, от добрите законови и регулаторни механизми по отношение свободата на словото, а също и от финансовото подпомагане на регионалните и специализирани издания.

Първоначалната политическа ориентация на печата е заменена от развитие на информационното начало и масовизация на съдържанието, от високи тиражи и нарастващо фрагментаризиране на пазара – според вида на читателите и техните интереси.

Подобни процеси са характерни и за електронните медии, при които социалният и политическият характер на новините все повече се заменя от комерсиализация и еднотипност като формат и тематика на програмите.

Въпреки това шведските медии имат доминиращо положение в региона, което личи и от развитието на транснационалната корпоративна свързаност, от преноса на капитали и програмно съдържание, от включването на шведската аудитория в общия европейски медиен поток.

## Литература

Ангелова, В. Съвременното радио. Модели на развитие, С., 2007.

Ганчева, В. Швеция. Страната и хората. С., Хемус груп, 2001.

Дейвис, Н. Европа. История, 2005, Абагар Велико Търново.

Енциклопедия Larousse. Тема медии, С., 2000, ICON.

Вартанова, Е.Л. Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран северной Европы между государственным рыночным регулирование, М., 1997, Изд-во МГУ.

История печати, Том I, М., 2001, Аспект Пресс.

Козлова, М.М. История журналистики зарубежных стран, 1999, Ульяновск, М-во общего и профессионального образования Российской Федерации, Ульяновский государственный технический университет.

Михайлов, С.А. Журналистика стран Северной Европы, 2003, Изд-во Михайлова В.А.

Ewertsson, L. The Triumph Of Technology Over Politics? Reconstructing Television Systems: The Example of Sweden, 2002, Department of Technology and Social Change, Linköping universitet.

Hancock, M. D., D. P. Conradt, B. G. Peters, W. Safran, S. White, R. Zariski, Politics in Europe. An Introduction to the Politics of the United Kingdom, France, Germany, Italy, Sweden, Russia, and the European Union, 2003, Chatham House Publishers & Seven Bridges Press.

Hogan, E. P., J. M. Hogan, Sweden, 2006, Bychelsea House & Infobase Publishing.



Kelly, M., G. Mazzoleni, D. McQuail, *The Media in Europe*. London, 2004, SAGE.

Lockhart, P. D. *Sweden In The Seventeenth Century*, 2004, Palgrave Macmillan.

Scobbie, I. *Historical Dictionary of Sweden*, 2006, Scarecrow Press, Inc.

Tsarouhas, D. *Social Democracy In Sweden. The Threat from a Globalized World*, 2008, Tauris Academic Studies.

Willams, K. *European media studies*, 2005, Hodder Arnold.



**Milko Petrov, Maria Popova, Maria Wasinski**  
**THE MEDIA IN EUROPE**

*The book presents the development of the media in the European countries – Belgium, Great Britain, Germany, Denmark, Spain, Italy, Netherlands, Finland, Switzerland and Sweden – from the very beginning in the 16<sup>th</sup> century up to present times.*

---

**Милко Петров, Мария Попова, Мария Вазински**  
**МЕДИИТЕ В ЕВРОПА**

•  
Научни редактори  
*Милко Петров, Маргарита Пешева*

Редактор  
*Виктория Атанасова*

•  
Формат 70x100/16

Печатни коли 23,5

•  
**FABER** – (062) 600 650

В. Търново, ул. „Гара Велико Търново“ 3

[www.faber-bg.com](http://www.faber-bg.com)