

Friedrich Naumann
STIFTUNG FÜR DIE FREIHEIT



РОО ЛИБЕРАЛЬНАЯ МИССИЯ



Бизнес и Мысль

Thomas Ahbe

OSTALGIE

ZU OSTDEUTSCHEN ERFAHRUNGEN
UND REAKTIONEN NACH DEM UMBRUCH

Томас Абэ

ОСТАЛЬГИЯ

ОПЫТ ВОСТОЧНЫХ НЕМЦЕВ
ПОСЛЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ ГЕРМАНИИ



•МЫСЛЬ•
Москва

УДК 338(430.2)
ББК 65.9(4Гем)
А17

Friedrich Naumann
STIFTUNG FÜR DIE FREIHEIT

Книга издана при поддержке
Фонда Фридриха Науманна за свободу (Германия)



РОО ЛИБЕРАЛЬНАЯ МИССИЯ



Бизнес и Мысль

Перевод с немецкого: Марина Голубовская

Абэ, Томас
А17 Остальгия : опыт восточных немцев после объединения
Германии / Т. Абэ ; пер. с нем. М. Голубовской. — Москва :
Мысль, 2017. — 112 с.

ISBN 978-5-244-01192-0

Революция 1989—1990 гг. принесла восточным немцам новые права и свободы. Одновременно им также пришлось столкнуться с глубоким социально-экономическим кризисом и смириться с большими потерями. Эта книга описывает опыт и реакции большинства жителей Восточной Германии, выразившиеся в остальгии — чувстве тоски по привычной культуре повседневности и где-то даже в идеализации ГДР. Возможно, это говорит о том, что в объединенной Германии восточные немцы и их потомки, приспосабливаясь, но вместе с тем и обособляясь, образуют отдельную восточногерманскую культуру.

УДК 338(430.2)
ББК 65.9(4Гем)

ISBN 978-5-244-01192-0

© Мысль, 2017

Содержание

Пролог. Идентичность, найденная на свалке	7
Остальгия. Вместо предисловия	9
Демонтаж символики ГДР	11
Стихийный демонтаж	12
Легитимный демонтаж	15
<i>Что произошло с названиями улиц</i>	16
<i>Что произошло с памятниками</i>	18
Денежная реформа 1990 года: внезапное исчезновение товаров ГДР	23
Крах восточногерманского мира труда	30
Большие надежды	31
Усилия и разочарования	31
<i>Массовая безработица</i>	31
<i>Нестабильность мира труда</i>	32
<i>Восточные немцы и Тройханд</i>	34
Трения: западногерманские структуры и восточногерманский менталитет	36
Новые настроения	43
«Тотальная разруха!» — восточногерманское прошлое отправляется в утиль	43
Новые отношения собственности	48
Новый медийный ландшафт	50
Медийный образ восточных немцев	52
Остальгия как реакция	57
Маркетинг как барометр общественных настроений: «Восточным немцам это по сердцу!»	57
Остальгия как поп-культура: «Не всё было плохо!»	67
<i>Как возникли остальгические вечеринки</i>	67
<i>Что чувствовали посетители остальгических вечеринок</i>	71
<i>Остальгия в публичном пространстве</i>	75

<i>Остальгические телешоу</i>	80
Бурное лето остальгии	80
ТВ-шоу как политический фактор	82
Итоги «остальгической» кампании	84
<i>Бизнес на воспоминаниях</i>	86
«Черно-белая картинка не бывает хорошей»	
Как разные поколения восточных немцев	
относятся к осмыслению опыта ГДР	92
Выводы и перспективы:	
остальгия и память о ГДР	96
Приложения	96
Примечания	103
Об авторе	111

Пролог. Идентичность, найденная на свалке

На исходе лета 2003 года немецкий телеэфир заполнили ностальгические шоу, посвященные Восточной Германии. В течение нескольких недель прайм-тайм крупных телеканалов был отдан товарам, символам и историям времен ГДР. Однако «коллекция», выставленная на всеобщее обозрение, уже однажды предьявлялась общественности. Фанера гэдээровских шкафов, освещенная ярким светом софитов в 2003-м, за тринадцать лет до этого лежала размокшая в лужах под тусклым светом уличных фонарей. Это случилось через несколько месяцев после 1 июля 1990 года, когда в ГДР была введена немецкая марка (D-Mark). В том году восточные немцы произвели 1,2 тонны отходов на душу населения — в три раза больше, чем их западные соотечественники.



Федеральный архив В 145 Bild-F086568-0046, Харальд Кишнер

Лейпциг, ноябрь 1990 г.: разобранный и разрисованный граффити автомобиль Трабант

Предметы гэдээровского быта горами громоздились на помойках. И вот та самая бытовая техника — от звуковоспроизводящей до кухонной (от RTF до АКAelectric), что в 1990-м ржавела в сточных канавах и на свалках, — восторженно демонстрировалась перед камерами как «якорь идентичности». «Наш магнитофон “Штерн”!» — умилялись участники телешоу. «Трабанты» из 1990-го, чьи остовы стояли на улицах, подобно скелетам выпотрошенных зверей, в 2003-м, скрипя и лязгая, катились по сцене, как будто всегда были самыми любимыми автомобилями новых граждан объединенной Германии.

Что же случилось?

— Остальгия. Вместо предисловия

Революция 1989—1990 годов и присоединение ГДР к ФРГ дали восточным немцам новые права и свободы. Конечно, им пришлось пережить глубокие потрясения и потери. Почти для всех жителей Восточной Германии крах диктатуры СЕПГ стал освобождением, но итоги объединения они восприняли по-разному — в зависимости от возраста, квалификации и политической ориентации.

В публичной памяти этот отрезок прошлого — двадцать пять лет с момента объединения — существует прежде всего как история успеха. Однако на востоке страны в ходу и альтернативные версии. Здешние мемориальные сообщества вспоминают ГДР и объединение Германии куда менее однозначно, чем принято в немецком обществе. Такие неофициальные и не слишком публичные воспоминания зачастую именуют остальгией (*Ostalgie* — тоска по Восточной Германии). Это понятие широко известно. С ним связано множество ассоциаций. В виде заимствования оно даже успело войти в английский язык.

Неологизм «остальгия» появился благодаря двум артистам дрезденского кабаре, назвавшим так одну из своих программ. Премьера эстрадного шоу Тома Паульса и Уве Штаймле, в котором два новоиспеченных гражданина объединенной Германии комментировали актуальные события, состоялась 27 ноября 1992 года. Их последнее «остальгическое шоу» прошло 7 октября 1996 года в праздничном шатре саксонской Государственной канцелярии в День Саксонии. В ГДР этот день традиционно отмечался как День республики.

Однако известность меткое новообразование получило лишь потому, что несло в себе противоположные смыслы. Одни понимали под остальгией

реакцию на внезапное исчезновение привычной культуры повседневности, на тяготы и утраты переходного периода и, в особенности, на публичное изображение самой ГДР и жизни ее бывших граждан. В этом смысле остальгия вызывала понимание и даже симпатию. Другие использовали это слово как синоним идеализации ГДР, неприятия воссоединения и неблагодарности восточных немцев. Так или иначе, слово «остальгия» вошло в оборот, и у каждого сложилось о нем свое представление.

Остальгия оказалась довольно живучей. О том, что она сохранится до наших дней, в начале 1990-х никто и помыслить не мог. И сейчас, на двадцать пятом году существования единой Германии, возникает вопрос: можно ли считать остальгию лишь феноменом переходного периода? Сегодня она, скорее, свидетельствует о том, что в объединенной Германии восточные немцы и их потомки, приспособляясь, но вместе с тем и обособляясь, образуют отдельную восточно-германскую культуру.

Далее будут рассмотрены различные явления, связанные с этим понятием. Описание политических, экономических и социальных условий, в которых восточные немцы стали новыми гражданами Германии, позволит выделить ключевые элементы, составляющие основу восточногерманского опыта переходного периода.

Демонтаж символики ГДР



Федеральный архив Bild 183-1990-0607-020, Хартмут Райхе
Уже 7 июня 1990 года с Дома министерств была удалена эмблема ГДР

Стихийный демонтаж

На раннем этапе революции, осенью 1989 года, символы ГДР использовались для протеста против диктатуры СЕПГ. Дело не ограничилось одним только пением «*Интернационала*». Когда 2 октября 1989 года в стране общенародной собственности, Народной палаты и Национальной народной армии лейпцигские полицейские преградили путь демонстрантам, крича в мегафоны: «Говорит народная полиция...» — они услышали в ответ рев толпы: «Мы — народ!» После смены власти, когда насильственного разгона демонстраций можно было уже не опасаться, начался демонтаж государственных символов ГДР. Новое «иконоборчество» выразилось прежде всего в высмеивании самих символов и способов их пропаганды. На берлинской



Фото Фолькера Дёринга

Плакат на демонстрации 4 ноября 1989 года. Берлин, улица Карла Либкнехта, 10

демонстрации 4 ноября 1989 года царили веселье и воодушевление победителей, не оплативших свою победу кровью и потому миролюбиво глядящих на настоящее и уверенно — в будущее.

Смеясь, они демонстрировали плакат, на котором партийная эмблема рукопожатия была переосмыслена как прощальный жест и снабжена подписью «Пока!».

Кто-то из демонстрантов установил гэдээровскую «почетную трибуну»: с этого возвышения люди, избравшие руководство ГДР, благосклонно махали идущим на место митинга, пародируя старческую дрожь в руках. И «народ», берлинцы времен мирной революции 1989 года, шествуя мимо лишенной былого величия трибуны, с облегчением кивали в ответ.

После 9 ноября 1989 года, когда была открыта граница между ГДР и ФРГ, социалистические символы подверглись куда более мощным атакам.

Участник демонстрации в Лейпциге снабдил портрет Эриха Хонеккера, висевший в правительственных кабинетах по всей стране, надписью: «Разыскивается». Еще одна демонстрантка держала над головой другой его портрет (в ГДР такие было принято нести во время официальных шествий), на котором Хонеккер был изображен в полосатой тюремной одежде с надписью «Заклученный 0001». Пропагандистские штампы времен ГДР активно использовались во время протестных акций и в феврале 1990 года. Например, на «досках почета» или в заводских стенгазетах под рубрикой «Наши передовики» было принято прославлять трудовые достижения граждан. На плакате одного из демонстрантов под надписью «Наши передовики» красовались Эрих Хонеккер, Вилли Штоф и Хорст Зиндерман, размалеванные под чертей.

«Народ», с которым на протяжении десятилетий говорили на языке пропаганды, отвечал бывшим лидерам государства их же перетолкованными

штампами и клише. Одновременно с переосмыслением символов ГДР начался процесс их удаления из общественного пространства. Поначалу это происходило неформально: демонстранты несли флаги ГДР с вырезанным гербом, устраивали публичное сожжение гдээрзовской символики. Реформированная ГДР казалась восточным немцам все менее привлекательной. На демонстрации в Лейпциге 11 декабря 1989 года «воссоединение» пропагандировалось в качестве альтернативы «социалистической нищете».

18 марта 1990 года, на выборах в Народную палату ГДР, 48% избирателей отдали голоса партийному блоку «Альянс за Германию», который выступал за ликвидацию ГДР и зарекомендовал себя лозунгом «Свобода и процветание — впредь никакого социализма!». В социологических опросах жителей ГДР, проводившихся в марте 1990 года, на вопрос, кем они себя ощущают, люди отвечали вполне однозначно: 61% опрошенных чувствовали себя «скорее немцами», а 32% «скорее восточными немцами» или «гражданами ГДР». Остальные затруднились ответить.

**Кем себя ощущали восточные немцы в марте 1990 г.
(в процентах от числа опрошенных):**



Источник: Ежегодник опросов общественного мнения Allensbach

Легитимный демонтаж

23 августа 1990 года Народная палата ГДР приняла решение о «присоединении Германской Демократической Республики к Федеративной Республике Германии на основе статьи 23 конституции ФРГ, вступающее в силу 3 октября 1990 года». Тем самым Народная палата обозначила момент, когда с лица земли должны были исчезнуть последние следы репрезентационной среды ГДР. После стихийного демонтажа гэдээровских символов осенью и зимой 1989-го, после 1990-го, когда из публичных пространств удалялись наглядная агитация и флаги ГДР, а учреждения и предприятия отказывались от своих социалистических наименований, в ночь на 3 октября с фасадов и табличек государственных учреждений и ведомств должны были быть окончательно изъяты последние упоминания о ГДР.



Городской архив Эрфурта

Замена табличек
с названиями улиц. 1990

Что произошло с названиями улиц

Названия улиц, площадей и мостов, памятники и мемориальные таблички предъявляют традиции того или иного общества. В определенном смысле они отображают его коллективную память. Историческая наука в этом случае говорит о «каноне культурной памяти»². В демократических обществах этот канон является предметом постоянного обсуждения. В ГДР он существовал в русле социалистической, радикально-демократической и «гражданско-гуманистической» традиции. Но поскольку канон насаждался сверху, население отождествляло его содержание с диктатурой СЕПГ. Именно поэтому местные законодательные органы довольно быстро начали пересматривать и ликвидировать публичные указания на корпус традиций ГДР. Обновление репрезентационной среды «новых» федеральных земель обеспечивалось политической поддержкой большинства и регулировалось нормами правового государства. С содержательной точки зрения оно базировалось на ценностных представлениях новых политических элит Восточной Германии. Наиболее ярко этот процесс проявился в переименовании улиц или возвращении им старых названий. В первую очередь из публичного пространства были изъяты имена деятелей социалистических диктатур и западных коммунистических партий — за исключением тех, кто сам пал жертвой в борьбе с диктаторскими режимами. Так, из оборота были выведены Хо Ши Мин, Клемент Готвальд, Луис Корвалан, Морис Торез, Вальтер Ульбрихт. Однако и в 2015 году на территории некоторых общин Восточной Германии можно встретить улицы Ленина и Вильгельма Пика.

Процесс переименования улиц хорошо виден на примере Лейпцига, второго по величине города «новых» федеральных земель. С 1945 по 1989 год око-

ло 400 улиц и площадей Лейпцига были переименованы или получили новые названия в честь различных деятелей. После 1990 года эти 400 имен, в некотором смысле символизировавших ГДР, были подвергнуты ревизии, которая повлекла за собой две волны переименований — 1992 и 1999 года. Заметим, что из улиц и площадей, получивших названия при советской военной администрации и во времена ГДР, переименовано было 12%³. Еще до первой волны переименований, на внеочередном заседании городского совета Лейпцига было принято решение об изменении названия площади Карла Маркса. Эта площадь, где 9 октября 1989 года прошла массовая демонстрация, знаменовавшая начало мирной революции, через год, в день воссоединения Германии (3 октября 1990 года) обрела свое старое имя — Аугсбургская площадь.

Легитимный демонтаж гэдээровских символов в Лейпциге выявил две основные тенденции. Во-первых, в особо важных с символической точки зрения местах — в пределах Ринга, опоясывающего исторический центр города, и вокруг Федерального административного суда — были ликвидированы все указания на социалистическое прошлое. То же, за двумя исключениями, произошло и с одиннадцатью главными городскими магистралями.

Во-вторых, в других частях города была предпринята попытка соединить разные традиции. Однако, при всем стремлении соблюсти баланс, новое внедрялось за счет принятого в ГДР. Поясним это на следующем примере. Еще при ГДР, в 1986 году, одна из новых улиц на окраине города была названа в честь Йоргена Шмидтхена, унтер-офицера пограничных войск, застреленного на границе в 1962 году (убит двумя дезертирами из Национальной народной армии, учившимися в школе зенитной артиллерии в Штансдорфе. — *Прим. пер.*). В 1999 году было решено, что эта улица сохранит свое название при условии, что «улица, расположенная

рядом, будет поименована в честь одной из жертв побега»⁴. С этой целью улица Йозефа Цеттлера, участника Гражданской войны в Испании, впоследствии полковника Национальной народной армии ГДР, была переименована в улицу Цилля — в память о Вольфганге Цилле, застреленном при попытке пересечения границы в 1969 году. Так что теперь улицу Йоргена Шмидтхена пересекает улица Цилля.

В обращении с символической средой ГДР существовало четкое различие между провинцией и большими городами. Мэрии крупных городов избавлялись от социалистической символики быстрее и решительнее, чем органы местного самоуправления сёл и небольших городов. Так, на протяжении первых двух десятилетий после объединения за пределами столиц можно было встретить множество памятников и произведений декоративно-прикладного искусства времен ГДР. Аналогичная ситуация наблюдалась и с переименованием улиц. Даже в наши дни, путешествуя на машине по «новым» федеральным землям, можно увидеть весь спектр социалистических названий: от улиц Единства, Товарищества, Земельной реформы, просто Дружбы и Дружбы народов до Жертв фашизма, Строителей новой жизни, Юных пионеров. А мужчины и женщины, являющиеся носителями социалистической традиции, продолжают служить в местных топонимических комиссиях. Однако количество их постепенно сокращается.

Что произошло с памятниками

По поводу социалистических памятников возникли серьезные разногласия. Например, решение о сносе 26-метрового памятника Ленину, принятое магистратом Берлина 10 сентября 1991 года, вызвало протесты защитников культурного наследия, политиков и гражданских активистов. Деятели искусства

предложили другой способ борьбы с социалистической монументальной пропагандой: вместо обычной практики бесследного исчезновения из публичного пространства примет «проблемного» прошлого — постепенное преодоление и прощание с ним с помощью художественных методов. У художника Манфреда Бутцманна возникла идея увить берлинский памятник Ленину на площади Ленина диким виноградом и плющом, чтобы он исчез в их зарослях. Бюст Эрнста Тельмана на Гайфсвальдерштрассе предлагалось окружить тополями и водяным рвом, уподобив это место «острову Руссо» в Эрменонвиле. 4 октября 1991 года на памятнике Ленину все еще красовалась лента с надписью «Нет насилию», которую два года назад, во время мирной революции, несли участники демонстрации. Однако 8 ноября — под охраной полиции — его все же начали демонтировать. За несколько дней памятник распилили на 125 частей и закопали в одном из песчаных карьеров на окраине города.

Благодаря фильму «Гуд бай, Ленин» демонтаж памятника стал для восточных немцев иконическим

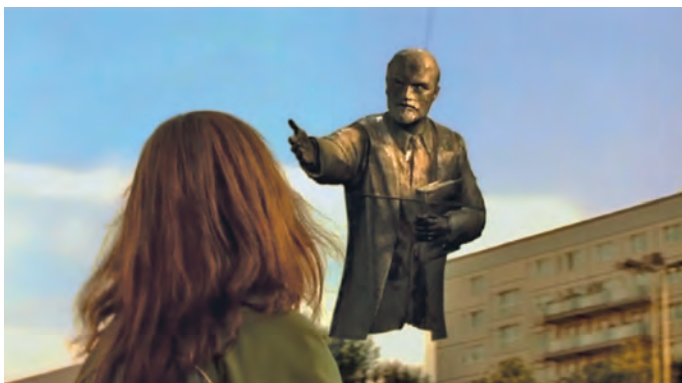
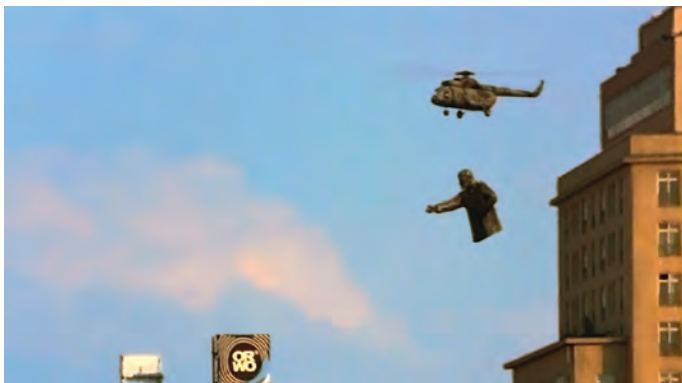


Федеральный архив В 145 Bild-F089664-0025

Берлин, 4 октября 1991 г. Памятник Ленину с кушаком «Нет насилию»

образом. На экране, привязанный к вертолету, парит торт вождя, а его рука бодро указывает путь в коммунистическое будущее. Главная героиня фильма, учительница из ГДР, впавшая в кому и пропустившая момент объединения Германии, глядя на улетающего Ленина, наконец начинает понимать, что настали другие времена.

Памятник Ленину в берлинском Фридрихсхайне уже был разобран, а бюст Тельмана по-прежнему стоял на Грайфсвальдерштрассе. С него только сняли



Кадры из фильма «Гуд бай, Ленин!» Режиссер Вольфганг Бекер
© X Filme creative pool GmbH, 2003

бронзовую табличку с традиционным гдээрзовским текстом, предоставив событиям идти своим чередом. А вот Кемниц сохранил монументальную 13-метровую голову Маркса в качестве городского символа, туристической достопримечательности и образца для местной сувенирной продукции. К тому же именно она вдохновила горожан на официальный девиз «Кемниц — город с головой», который просуществовал вплоть до 2007 года.

В Дрездене на центральной площади города, перед главным железнодорожным вокзалом, также стоял большой памятник Ленину. 3 сентября 1991 года депутаты городского собрания приняли решение о его сносе. Было публично объявлено о демонтаже и вывозе семиметровой гранитной скульптуры весом 120 тонн. Но 20 ноября мюнхенский художник Рудольф Херц предложил обер-бургомистру Дрездена установить на том же месте «скульптурное произведение» из частей распиленного памятника. Херц писал: «Расположение частей памятника будет напоминать музейный запасник или археологические руины — некое агрегатное состояние между сносом и реконструкцией. Проект “Хранилище Ленина” — это диссидентская критика официальных политических ритуалов осмысления прошлого после краха ГДР, непристойный памятный подарок с шершавыми политическими и эстетическими гранями, который должен быть помещен на прежнем месте — перед вокзалом». 5 марта 1992 года депутаты городского совета должны были выбрать один из вариантов — бесплатную реализацию проекта «Хранилище Ленина» и бесплатный же демонтаж и вывоз памятника. Они выбрали последнее. «Мы считаем, что, простившись с Лениным, мы устраним главный камень преткновения, и поэтому сегодня должны дать ему разрешение на выезд», — не без иронии заметил обер-бургомистр. Ленин перешел в собственность каменотеса Йозефа

Курца из баварского города Гундельфинген, который собирает и выставляет на своем участке памятники времен социализма.

Памятник Ленину из городка Эйслебен, связанный с советско-германским героическим мифом, был передан Немецкому историческому музею в Берлине.

(В 1926 году памятник был установлен перед зданием санатория ВЦСПС в городе Пушкин. В 1943 году скульптура была вывезена оккупантами из Пушкина в Германию для переплавки, но была спасена местными антифашистами и 1 мая 1948 года установлена на площади Эйслебена. — *Прим. пер.*)

В других городах памятники и памятные доски, посвященные Ленину, были либо демонтированы и перемещены на окраины или советские воинские кладбища (с соответствующими пояснительными надписями), либо остались на своих местах. Чем выше были социалистические памятники и чем ближе они находились к центру города, тем меньше была для них вероятность сохраниться.

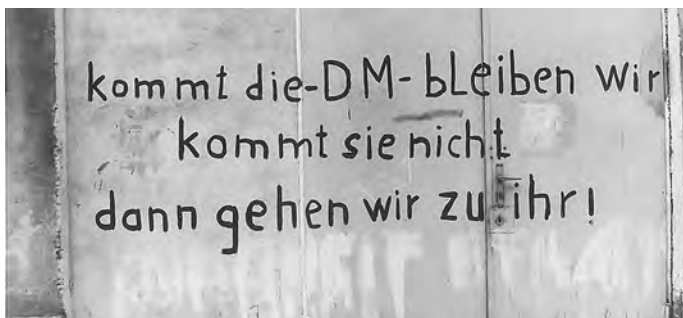


Федеральный архив В 145-00049384, Клаус Ленарц

Кемниц, июнь 1990 г. Памятник Карлу Марксу

Денежная реформа 1990 года: внезапное исчезновение товаров ГДР

7 февраля 1990 года Федеральное правительство создало фонд «Немецкое единство» и постановило «незамедлительно начать переговоры с ГДР о валютном союзе и экономической реформе». Для того чтобы «обеспечить максимально быстрое присоединение к реальному доходу ФРГ», экономики обеих стран должны были объединиться «на основе проведения незамедлительных глубоких рыночных реформ в ГДР». До этого момента еще шли дискуссии по поводу сценариев переходного периода, инициированные западногерманскими экономистами, а также кабинетом Модрова (Ханс Модров — с ноября 1989-го по апрель 1990-го председатель Совета министров ГДР. — *Прим. пер.*) и «круглым столом» оппозиции и правительства ГДР. Предполагалось, что кульминационным пунктом⁵ трансформации экономики ГДР в социально-ориентированную рыночную экономику станет замена марки ГДР на немецкую марку (D-Mark), но это произойдет в 1993 году. Однако канцлер Гельмут Коль нанес сокрушительный удар по этим планам. Историк Андреас Реддер считает, что политическое решение Коля задавало стратегическое направление и сделало необратимым процесс, с которым восточногерманская сторона уже ничего не могла поделать — во всех смыслах. «Сделав этот шаг, федеральное правительство приняло решение о прямом плавном переходе от плановой экономики к рыночной и получило непосредственный доступ к ГДР, от которой это предложение потребовало утраты суверенитета в вопросах денежно-кредитной и валютной политики. Боннская концепция единства была нацелена на воссоединение через полноценную интеграцию ГДР в западногерманскую



Городской архив Эрфурта, 1990

Конец июня 1990 г. Магазин в Эрфурте

Надпись: Если придет немецкая марка, мы останемся.
Если нет — пойдем к ней!

модель, чтобы использовать весь ее потенциал для развития территории ГДР в объединенной Германии. (...) ФРГ взяла командование на себя»⁶. Большинство населения Восточной Германии предпочитало, чтобы немецкая марка была введена сразу. Она и в предшествующие годы играла в ГДР роль второй валюты. На базовые продукты и другие товары первой необходимости, такие, как одежда или жилье, в ГДР предоставлялась дотация, в то время как другие группы товаров — для баланса — стоили значительно дороже. Так, цена телевизора была в три раза выше, чем в Западной Германии, зато хлеб — в шесть раз дешевле. Плата за квартиры, сопоставимые по качеству с западно-германскими, в ГДР составляла четверть западного уровня⁷. В этих условиях та небольшая часть жителей ГДР, которая обладала немецкими марками, могла покупать на них в «интершопах» или выписывать по специальному каталогу «GENEX» западные товары и, кроме того, оплачивать ими труднодоступные услуги. Прочие были лишены этих возможностей. С введением единой валюты все жители ГДР получали доступ к немецкой марке без необходимости покидать свои

родные места. Соответственно, предложение Гельмута Коля пробудило в них большие ожидания. А лозунг «Если придет немецкая марка, мы останемся, если нет — пойдем к ней!» — придавал этим ожиданиям почти ультимативную форму.

7 апреля 1990 года федеральный канцлер публично заявил, что немецкая марка на территории ГДР будет введена к 1 июля. Зарплаты, пенсии и стипендии должны были пересчитываться в соотношении 1:1. По этому же курсу вкладчики могли обменять до 4 тысяч марок ГДР (дети до 14 лет — до 2 тысяч марок, граждане старше 60 лет — до 6 тысяч марок). Все накопления, превышавшие эти суммы, обменивались в соотношении 2:1. Ставки обмена для вкладчиков вызвали протесты и забастовки.

18 мая 1990 года страны заключили «Договор о создании валютного, экономического и социального союза между ФРГ и ГДР». В нем говорилось: «С 1 июля



Федеральный архив В 145 Bild-00001634, Клаус Ленарц

Берлин, 5 апреля 1990 г.: демонстрация в Лустгартене против обменного курса марки для вкладчиков



Городской архив Эрфурта

Конец июня 1990 г. в универмаге Эрфурта

в Германской Демократической Республике в качестве валюты вводится немецкая марка»⁸.

Накануне денежной реформы торговые предприятия освободили свои прилавки и склады от гдээровской продукции, которая, по их мнению, больше не должна была пользоваться спросом. В пятницу, 29 июня, и в субботу, 30 июня 1990 года, полки магазинов опустели. Витрины также были пусты или задрапированы.

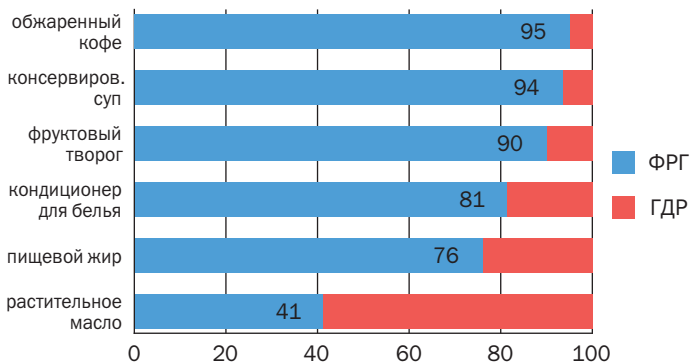


Федеральный архив В 145
Bild-00046771, Клаус Ленарц

Берлин. 1 июля 1990 г. Витрина универмага «Центрум» на Александерплац в Берлине в день валютной реформы

Во многих местах день валютной реформы был похож на всенародный праздник. Люди отмечали вступление в клуб «совершеннoлетних» потребителей, намеренных отныне ориентироваться на собственные финансовые средства, а не

на политически детерминированные критерии субсидирования и распределения. В понедельник, 1 июля 1990 года, во всех магазинах разом появился новый ассортимент. Накопившиеся потребительские желания вкупе с потребностью попробовать что-то новое привели к невероятному росту торговых оборотов в первые недели и месяцы после реформы. Так, в июле и августе 1990 года было поставлено на учет, в общей сложности, 330 тысяч новых автомобилей — около десятой части прежнего парка⁹. Однако восточные немцы отдавали предпочтение не только западногерманским автомобилям и другим предметам роскоши, но и товарам повседневного спроса. В некоторых ассортиментных группах доля проданной продукции производства ГДР составляла менее 10%. Не только неходовые товары, но и предметы быта, которыми до этого момента люди пользовались долгие годы, оказывались на свалке, в мусорных баках или на обочине. Сенсацией стала находка на мусорной свалке под Лейпцигом нескольких тысяч свеженапечатанных книг со складов одной из крупных книжных оптовых баз.



Источник: Sinn/Sinn 1993, Kaltstart (Endnote 7), S. 97

Диаграмма 1. Соотношение продукции из ФРГ и ГДР на восточногерманском рынке. Сентябрь 1990 г. Данные в процентах

Репортер газеты *Leipziger Tageblatt* писал: «Среди мусора громоздились непрочитанные детские книги, немецкие классики, зарубежная беллетристика»¹⁰. Прежде эти книги хранились в Лейпцигской комиссионной и оптовой книготорговле (LKG). Книжные издательства ГДР лишились принадлежавшей им недвижимости, передав ее Тройханду — Ведомству по управлению государственной собственностью (*Treuhandanstalt*, от нем. *Treuhand* — опека. Создано еще в ГДР, в марте 1990 года, для проведения приватизации народных предприятий. — *Прим. пер.*). Отныне они должны были обходиться небольшой ее частью и потому сбывали за бесценок свои обширные библиотеки и архивы. До середины 1990-х около половины издательств расторгли договоры с LKG, а хранившиеся там книги так и не забрали.

Расчеты торговцев и покупательское поведение потребителей привели к тому, что произведенные в ГДР товары почти сразу перестали попадать на



Городской архив Эрфурта

Тюрингская «колбасная традиция» против «давления Запада». Объявление для покупателей в бывшей мясной лавке Эрфурта

прилавки магазинов. Часто восточногерманские производители пытались продавать свою продукцию — колбасы, хлеб, текстиль, обувь — напрямую, используя для этого общественные места.

После ввода немецкой марки и отпуска цен заработной платы и пенсии восточных немцев постоянно росли. С 1991 по 1994 год в Восточной Германии средний чистый доход на душу населения в сравнении с сопоставимым доходом в Западной Германии вырос с 56 до 78%. Что касается пенсионеров, то в конце первого десятилетия после объединения (к 1999 году) средний доход пожилых пар на Востоке составлял 1783 евро по сравнению с 1997 евро на Западе¹¹.

Крах восточногерманского мира труда



Федеральный архив В 145 Bild-00017923

Работы по сносу. Биттерфельд, 19 апреля 1993 г.

Большие надежды

Первые недели после денежной реформы большинство восточных немцев провели в состоянии бодрого оптимизма. Теперь они могли совершать те покупки и путешествия, о которых раньше и помыслить не смели, а полное выравнивание уровня зарплат с «западным» казалось вопросом времени. Однако, в отличие от повышения пенсий, рост зарплат имел и негативные последствия. После быстрого введения немецкой марки ставшие неконкурентоспособными предприятия Восточной Германии оказались в чрезвычайно трудном положении и были вынуждены начать увольнения сотрудников¹².

Конечно, восточные немцы ожидали, что с переходом к рыночной экономике кто-то временно потеряет работу, но не думали, что это может коснуться каждого из них. Они верили в собственную работоспособность и в то, что безработица — удел «других». О представлениях населения по поводу собственных способностей и возможностей, которые больше не будут ограничены политическим вмешательством в экономику, свидетельствуют публичные дебаты, проходившие на разных площадках в Лейпциге в октябре—ноябре 1989 года, т.е. за несколько месяцев до денежной реформы. Из некоторых выступлений следовало, что люди готовы к жизни в обществе, где конкуренция выше, а защита прав работников и дотации на предметы первой необходимости меньше. Считалось, что общество станет более справедливым, поскольку в справедливую оценку труда в поздней ГДР мало кто верил.

Усилия и разочарования

Массовая безработица

Однако, вопреки ожиданиям осени 1989 года, вступление в новую систему экономических отношений

повлекло совсем другие эффекты. Совершенно новым опытом для восточных немцев стала массовая безработица. Уже в первом полугодии 1990-го экономика ГДР ослабла. Переход на немецкую марку по курсу 1:1 привел к ее окончательному упадку. Прежний курс марки во внутренней торговле между ГДР и ФРГ составлял 1:4,4. Курс 1:1 означал ревальвационный шок в 340%. Продукция восточногерманских предприятий внезапно обесценилась, а затраты на персонал стали слишком высокими. К тому же компании оказались с кучей долгов, пересчитанных в немецкие марки, а процентные ставки Госбанка ГДР сменились обычными рыночными ставками западногерманских банков. Технологическое отставание и застой в инвестициях, унаследованные от ГДР, должны были компенсироваться продажей продукции, которая была уже неконкурентоспособна на внутреннем рынке и недоступна для восточноевропейских партнеров после прекращения действия системы «переводного рубля» (расчетная единица между странами — членами СЭВ. — *Прим. пер.*) 31 декабря 1990 года. К концу года промышленное производство Восточной Германии по сравнению с первыми двумя пореформенными кварталами сократилось вполтину, а к началу 1991 года — еще на треть уровня предыдущего года. В целом к концу 1991 года занятость в Восточной Германии сократилась с 9,3—9,7 млн человек до 5,7 млн, а во втором квартале 1992 года была преодолена граница в 5 млн¹³.

Нестабильность мира труда

Тема массовой безработицы в восточных землях активно обсуждалась в политических кругах и в СМИ объединенной Германии. При этом из поля зрения выпадала проблема нестабильности, которой было подвержено занятое население. Если сравнить

состояние восточногерманского мира труда 1989 и 1993 года, можно констатировать, что свои рабочие места сохранили менее трети занятых. Остальные или были вынуждены сменить работу, или ее лишились. До 1993 года почти две трети восточногерманских рабочих и служащих один или несколько раз принимали участие в мероприятиях в службе занятости.

Когда в начале 1990-х среди восточных и западных немцев проводились опросы относительно их видов на будущее, в Восточной Германии картина была очень мрачной. В первую очередь люди испытывали страх из-за возможной «потери рабочего места». В 1991 году этого ожидали лишь 4% западных немцев и 51% восточных, т.е. каждый второй работающий. Каждый пятый восточный немец предполагал, что придется работать на менее квалифицированной работе, в Западной Германии — лишь каждый сотый. В том же году 40% западных немцев оценивали свои шансы на рынке труда как «хорошие», а среди восточных немцев таких было 10% (см.: Диаграмма 1). Статистика показывает, что западные немцы видели в «развитии новых федеральных земель» хороший шанс найти работу дома или сделать карьеру в Восточной Германии, в то время как их восточные соотечественники воспринимали процесс перемен скорее как угрозу быть вытолкнутыми на обочину. Однако и в мире труда Восточной Германии существовали, по определению социолога Райнера Гайсслера, «спокойные зоны»: школы, здравоохранение, коммунальное самоуправление и среднее звено органов власти. Если здесь и приходилось менять рабочее место, то в пределах среднего иерархического уровня¹⁴. А вот социальные взлеты и падения, напротив, распределялись очень неравномерно. Наряду с социальными неудачниками — людьми без образования, предпенсионного возраста, бывшими функционерами без хорошей профессиональной квалификации — у обычных

наемных работников тоже было мало возможностей для социального взлета. Ведь и в экономической сфере, и в сфере управления ведущие позиции занимали квалифицированные западные специалисты.

Восточные немцы и Тройханд*

Перестройка экономики Восточной Германии шла через Тройханд. Это ведомство учреждено Народной палатой ГДР 17 октября 1990 года с принятием «Закона о приватизации и реорганизации народного имущества»¹⁵. Убедительная победа консервативно-либеральной коалиции на выборах в бундестаг 2 декабря 1990 года дала Тройханду мандат на форсированную приватизацию общенародной собственности. Он стал самым крупным мировым холдингом: 7894 предприятия, 4 млн занятых, половина территории ГДР¹⁶. При санировании, в процессе разукрупнения комплексных хозяйственных единиц, число предприятий не только не уменьшилось, но, напротив, увеличилось. До 1992 года ведомство приватизировало в среднем более 1000 предприятий в квартал. В его итоговом балансе от 31 декабря 1994 года указывается, что образовавшиеся в итоге 12 354 предприятия были переведены в режим свободного рынка, из них 53% — путем продажи, 30% — путем закрытия и 13% — путем реприватизации¹⁷.

Во главе Тройханда стояли западногерманские специалисты, которые считали, что с точки зрения экономической политики они делают великое дело, не имеющее аналогов в истории. Но население Восточной Германии воспринимало деятельность Тройханда и ее результаты иначе. На предприятиях, перешедших в ведение ведомства, летом 1990 года работали

* Ведомство по управлению государственной собственностью. См. прим. на с. 30 — *Прим. пер.*

более 4 млн человек. К декабрю 1994-го осталось менее 1,5 млн. Две трети окончательно потеряли работу. И далеко не все они производили некачественную продукцию на изношенном оборудовании. (См. информационную врезку.)

«Я тогда работал в Лейпциге на литейном производстве. (...) Это было современное предприятие, которое производило коленчатые и распределительные валы для Фольксвагенов. Их ставили на Поло и Гольф-3. То есть это не был металлолом. И вдруг в один прекрасный день нас закрыли. Тогда я не понял, почему это предприятие тоже попало под деиндустриализацию. Я абсолютно уверен, что существовали другие возможности».

Томас Лутце (1969). Источник: журнал «Парламент», № 36/37 от 31. 08. 2015, с. 7.

Когда 2 октября 1990 года, за день до объединения, Тройханд объявил о закрытии компании *Pentacop*, Восточная Германия испытала шок. Производители фотокамер, пользовавшихся на Западе большим спросом, оказались неконкурентоспособными. Исчезли *Interflug* (авиаперевозки), *Minol* (масла и топливо), *Narva* (лампы накаливания) — бренды, сопровождавшие восточных немцев на протяжении десятилетий. Помимо неизбежных последствий перехода на немецкую марку, за которые отвечало ведомство, его обвиняли в том, что оно расчищает рынок в интересах западных фирм. Одним из примеров может служить передача цеха холодного проката в Ораниенбурге концерну *Krupp*, который шаг за шагом разорял его, а затем остановил производство, демонтировал прокатный стан и продал предприятие. Но наиболее резонансным стало решение Тройханда в процессе слияния объединить высокоприбыльную калийную шахту «Томас Мюнцер» в Бишоффероде (Тюрингия)

с кассельским концерном *Kali und Salz* (K+S), который в то время терпел убытки. Шахтеры из Бишоффероде устраивали бессрочные голодовки, а их жены и сослуживицы захватывали шахты. Работники других предприятий, расположенных в Восточной Германии, тоже пытались привлечь внимание к происходящему и мобилизовать общественность. Они бастовали, оккупировали предприятия, стояли в пикетах у заводов и мэрий, выходили на демонстрации и автомобильные акции протеста в столицах земель, Берлине и перед штаб-квартирами крупных компаний. Люди надеялись повлиять на неправильные и несправедливые, с их точки зрения, решения ведомства и спасти свои рабочие места. Для большинства восточных немцев Тройханд ассоциировался исключительно с негативным опытом. К тому же, как водится, о скандалах вокруг ведомства и связанных с ним уголовных делах СМИ сообщали куда охотней, чем о нормальном ходе приватизации.

Трения: западногерманские структуры и восточногерманский менталитет

Для многих людей массовая безработица означала, помимо прочего, десоциализацию. Общество в ГДР было функционально менее дифференцированным, чем в Западной Германии, и социальная интеграция происходила прежде всего через мир труда. Крупные предприятия — комбинаты — были своего рода ядрами социализации и выполняли функции, выходявшие за пределы собственно производства. У них были свои поликлиники, детские сады, дома культуры и молодежные клубы, дома отдыха и детские лагеря, магазины и т.д. Не только на крупных предприятиях, но и повсюду в ГДР мир труда был неотъемлемой частью окружающего мира. Отношения между коллегами по работе часто переходили в дружбу. Кроме

того, рабочие отношения переплетались с личными, семьи сослуживцев были знакомы и часто встречались вне работы. Эта модель отношений соответствовала политическим представлениям ГДР о «социалистических трудовых коллективах». В силу сложившейся структуры отношений конкуренция здесь была относительно невысокой, но тем выше были требования к социальной адаптации.

Социолог Вернер Шмидт о «трансформации общественного строя на восточногерманских предприятиях» в 1992—1994 гг.

Пожилый рабочий (как отмечает автор исследования, «в остальном он резко критикует ГДР») описывает социальный климат следующим образом: «Мы все, выросшие, так сказать, в социализме, были коллегами. Мы все были в бригадах, тогда поширялась жизнь в бригадах... это были хорошие отношения. И я хочу сказать, что этого уже не вытравить». Ситуацию на шарикоподшипниковом заводе, который вместе с остальными восточногерманскими предприятиями был передан западногерманскому холдингу, Шмидт описывает так: «У работников завода, как правило, горечь написана на лицах. Многим не хватает привычных знаков внимания, признания и оценки заслуг. Тех, что были связаны с юбилейными чествованиями, церемониями награждения, поздравлениями с 8 марта, 1 мая и другими праздниками социалистического календаря, а теперь практически исчезли. (...) Постоянно сетуют, что убрали кофеварки. Но, судя по всему, дело не в них. Ликвидация кофеварок и холодильников означает, что людям отказывают в признании их заслуг и при этом вводят новые привилегии. Директор завода приводит вроде бы рациональные аргументы по поводу расходов, но работников они не убеждают.

Ведь одновременно за большие деньги создаются новые офисные помещения и санируется здание заводоуправления»¹⁸.

Переход к западногерманским, а точнее, рыночным отношениям в мире труда обратил в ничто прежний опыт людей, прошедших социализацию в ГДР и сохранивших свои рабочие места. Они столкнулись с иными техническими требованиями, с непривычной внутрипроизводственной конкуренцией, с новыми границами в общении и стилем руководства. Прошлый стиль общения администрации с наемными работниками — политизированный, персонализированный и во многом нравоучительный — стал более формальным, рациональным и обезличенным. Отпали побочные социальные функции, которыми прежде обладало место работы как один из узлов в сети личных отношений.

Значительная часть служащих среднего и низшего звена из бывшей ГДР сохранила свои позиции на государственной службе — в органах власти и коммунальном самоуправлении. Реорганизацией этой сферы руководили западногерманские волонтеры, знавшие из собственного опыта, как прийти к намеченной цели. В этой конфигурации восточногерманские сотрудники органов управления выступали скорее в роли обучаемых, которым нужно было усвоить новые законы, процедуры и последовательность действий. В аналогичной роли — «клиентов» учреждений и ведомств — видели себя и жители Восточной Германии. Они тоже были плохо приспособлены к новым структурам. Ведь по опыту известно, что людям с их ожиданиями и коммуникативными установками нужно время, чтобы постепенно адаптироваться к новой административной логике.

Во времена ГДР таких проблем не было: если «квалифицированный гражданин» хотел чего-то добиться

по службе, он апеллировал не к своим правам (которых не существовало — формально или фактически), а к личным обстоятельствам, административным нарушениям, тяжелому положению, подчеркивая при этом значение своего трудового вклада в производственную деятельность на благо страны. В структурах ГДР этот вид неформальной персонализированной коммуникации был перспективен, и люди прибегали к нему почти автоматически, особо не задумываясь. Новая административная система функционировала совершенно иначе. Прошлые коммуникационные навыки больше не работали. Теперь речь шла об обоснованности притязаний. Личные обстоятельства учитывались в той мере, в какой они могли подкрепить законные требования. Любое неформальное исключение из правил, достигнутое через личные контакты, любое особое решение, принятое по конкретному поводу, отныне были вне закона. Неумение приспособиться к новым обстоятельствам вело к непониманию, конфликтам и возникновению взаимных стереотипов. Западные волонтеры в административных органах, с одной стороны, и восточногерманский персонал и обычные граждане — с другой, были настроены друг к другу довольно враждебно. Многие восточные немцы считали новую западную систему и людей, ее представлявших, «холодными, бездушными и формальными». А западные, в свою очередь, видели в поведении местных сотрудников некомпетентность, отсутствие формальных правил и «непрофессиональное сострадание»¹⁹.

Напряжение, возникавшее между восточными и западными немцами даже в повседневном общении, можно описать с помощью модели «культурного шока». Согласно этой модели, представители обеих групп соблюдают нормы поведения, принятые внутри их группы. Но если представители групп, в которых действуют разные нормы, работают вместе,

«правильного поведения» не получается. Часто оказывается, что коммуникация между ними невозможна. А поскольку все участники действуют по принятым в их группе правилам, они начинают искать причину коммуникативной неудачи в других.

«Правильное» поведение приводит к плачевным результатам	
Восточные немцы думают, что они действуют правильно	Западные немцы думают, что они действуют правильно
Преимущество: надежность, уверенность в себе	Преимущество: надежность, уверенность в себе
Называют себя: хорошие, правильные	Называют себя: хорошие, правильные
Называют западных немцев: странные, непонятные, ограниченные	Называют восточных немцев: странные, непонятные, ограниченные

Схема «культурного шока» по Вольфу Вагнеру²⁰

Примером может служить разное понимание рукопожатия. Если в культурном пространстве Восточной Германии было принято пожимать руку при встрече и при прощании, то на Западе так делают куда реже. Когда восточные и западные немцы стали работать вместе, в их повседневной — в некотором смысле межкультурной — коммуникации это нередко приводило к фрустрациям. Восточные немцы думали, что их западные коллеги «не подают им руки» из высокомерия, невоспитанности и желания дистанцироваться. А те, глядя на восточных, которые вечно «хватывают всех за руки», считали их консервативными, старомодными, не умеющими держать дистанцию. Такое же взаимонепонимание возникало и в повседневном светском общении. Если восточные немцы были склонны, в основном, обсуждать недочеты, недостатки или собственные проблемы, то западные

предпочитали говорить о необязательных и приятных вещах. Среди своих это работает. Способ общения, принятый в Восточной Германии, порождает близость, с его помощью можно продемонстрировать участие, сочувствие и даже солидарность. Коммуникация, принятая в западногерманском культурном пространстве, при которой люди могут ненавязчиво обмениваться шутками, тоже расслабляет, создает положительный настрой. Но когда восточные и западные немцы, сталкиваясь друг с другом, продолжали вести себя по принятым в их сообществах правилам, возникали недоразумения.

Пример повседневного светского общения

Восточные немцы	Западные немцы
Предпочитают говорить о проблемах, неудачах, о том, чего не хватает, что нужно, даже если это очень личная информация	Предпочитают оптимистичный шуточный разговор, не касающийся личных дел, на легкие, необременительные темы
Преимущество: создает ощущение близости, солидарности, смягчает возможную конкуренцию	Преимущество: создает хороший настрой с повышенным вниманием ко всему позитивному
Называют себя: открытые, приветливые, демократичные	Называют себя: жизнерадостные, остроумные, тактичные
Называют западных немцев: поверхностные, холодные, напряженные, лицемерные, отталкивающие	Называют восточных немцев: сентиментальные, ненасытные, навязчивые

Пример повседневного общения²¹



Карикатура Фраймута Весснера, 1991 г.

Надпись:

«У вас есть книга о проблемах коммуникации между восточными и западными немками? Я как бывший гражданин ГДР часто страдаю от того, что...»

«Это называется не «гражданин», а «гражданка».

— Новые настроения

«Тотальная разруха!» — восточногерманское прошлое отправляется в утиль

Яркий образ начала 1990-х — гидравлические ножницы по бетону, которые, подобно гигантским доисторическим ящерам, вгрызаются в бывшие промышленные здания. Так восточногерманские рабочие, нанятые для участия в работах по сносу новыми владельцами разорившихся предприятий или службами занятости, уничтожали важную часть своего прошлого и узловую точку прежних социальных отношений. Работы по сносу стали метафорой статуса восточных немцев. Уже в те годы предпринимались попытки выяснить, почему выручка Тройханда от приватизации гэдээровских предприятий оказывается все меньше и меньше ожидаемой. Тогда говорили, что в ГДР царила «тотальная разруха». Эта «гипотеза утиля», как называют ее экономисты Герлинде Зинн и Ханс-Вернер Зинн, была удобна для политиков и тех, кто скупал народную собственность²². Политики хотели затушевать разрушительные экономические последствия от быстрого введения немецкой марки и тот факт, что Тройханд, как правило, обслуживал интересы небольшого числа крупных собственников, причем за счет всех немецких налогоплательщиков. А новые хозяева предприятий и земельных участков, в свою очередь, были заинтересованы в том, чтобы их приобретения считались «убитыми» и никчемными. Однако если в политических и коммерческих спорах между равными это можно было счесть коммуникационной стратегией, языковой игрой, то для неуверенных в себе жителей Восточной Германии все было куда серьезней. Выходило, что они

годами работали на «убитых» предприятиях, производя металлолом, и их самих, в некотором смысле, следовало сдать в утиль. А общественное мнение, объяснявшее отсутствие подъема в «новых» землях тем, что население здесь якобы не обладает личной инициативой и необходимыми способностями, только подтверждало их личные ощущения (см. врезку). Существовало еще одно обстоятельство: западные немцы смотрели на восстановление Восточной Германии исходя из опыта валютного союза 1948 года и тогдашнего «экономического чуда». Налоговый инспектор, посетивший в 1990 году «новые» федеральные земли, вспоминает: «На скепсис и предостережения я отвечал кратко: если вспомнить, какие усилия потребовались от наших предшественников, перестройка такой маленькой страны, как ГДР, представляется вполне решаемой задачей»²³.

Ученые из «старых» федеральных земель приписывают бывшим гражданам ГДР серьезные человеческие недостатки

«Сегодняшнее положение в бывшей ГДР, по сути, совершенно иное, чем у нас в 1945-м. Режим почти полвека унижал человека, калечил его через воспитание, образование. Каждый должен был стать безмозглым колесиком действующей машины, безвольным подручным. Пусть сегодня кто-то там называет себя юристом, экономистом, педагогом, психологом, социологом, даже врачом или инженером, это не имеет никакого значения: на длинной дистанции его знания абсолютно непригодны. (...) Мы можем простить людям их политические грехи или огрехи воспитания, все понять и забыть. Но это не поможет, ведь большинство из них ни на что не годится в силу отсутствия профессиональных знаний. Их просто не учили

ничему, что они могут привнести в мир свободного рынка».

Профессор Арнульф Баринг, «Германия, что дальше?»
Разговор с Дерком Румберогом и Вольфом-Йобстом Зидлером
Берлин 1991, с. 59.

«От выученной за сорок лет несамостоятельности просто так не избавишься. Для превращения покорных исполнителей в инициативных самостоятельных работников требуется время».

Профессор Вернер Вайденфельд и профессор Карл Рудольф Кorte. «Прагматичные немцы. О государственном и национальном самосознании в Германии».
Журнал «Политика и современная история»*. № 32, 1991, с. 8.

«С этой точки зрения идеологическое воспитание было успешным: покорный, полностью приспособившийся человек как социалистическая личность. Оказалось, что наряду с тотальным дефицитом знаний эта адаптивность — нынешняя и будущая — представляет собой наибольшую опасность для граждан бывшей ГДР, которые и есть те самые плоды идеологического воспитания».

Профессор Петер Айзенман. «Молодежь в новых федеральных землях. Воспитание социалистического сознания и его последствия». «Политика и современная история»*. № 27, 1991, с. 8.

* Журнал — «Политика и современная история» — одно из важнейших специализированных изданий в области политических наук. Издается Федеральным центром политического образования как тематическое приложение к еженедельному журналу «Парламент». Оба журнала выходят тиражом 60 тыс. экземпляров и бесплатно распространяются среди политиков, депутатов и высших чиновников.

«Из-за низкого уровня “социального доверия” восточным немцам не хватало «психологических предпосылок для демократического участия и командного духа», гласил другой диагноз».

Профессор Мартин Грайффенхаген,
профессор Сильвия Грайффенхаген. «Шок от объединения».
В: «Две родины? Размышления о немецком воссоединении».
Журнал «Шпигель». Специальный выпуск №2. Март 1994.

Столь дистанцированный взгляд на восточных немцев и их прошлое отчасти объясняется тем, что лишь немногие из прошедших социализацию в ГДР были приняты в высшие эшелоны власти объединенной Германии (см. Диаграммы 2 и 3). Социологи говорят о «гиперстратификации» и «дефиците представительности», а восточногерманское население — о «чужеземном владычестве», «колонизации» Восточной Германии или о «господстве западных немцев».

Это отношение к ГДР и ее населению, обусловленное политической историей, нашло отражение в деятельности комиссий бундестага и федерального правительства. Социолог Памела Хесс провела статистический анализ созданных ими документов²⁴. В ее работе 2014 года содержатся свидетельства разных лет — от заключения Первой анкетной комиссии бундестага «Изучение истории и последствий диктатуры СЕПГ в Германии» (1992—1994) до материалов Федеральной мемориальной комиссии бундестага, посвященных повседневной жизни в ГДР (2007). Хесс хотела выяснить частотность упоминания тех или иных понятий, а также их валентности. Если публичное исполнение канона «Мои воспоминания о ГДР» звучит определенным образом, то из диаграммы, приведенной ниже, можно понять, как отрабатывалось это звучание в первые 15 лет. В публичных воспоминаниях о жизни людей в ГДР господствуют упоминания диктатуры, инструментов подавления граждан

и жертв. С небольшим отрывом (столбцы 6—8) идут такие понятия, как «оппозиция и сопротивление»,



Частотность употребления понятий в публичных воспоминаниях о ГДР в документах бундстага и федерального правительства 1992—2006 гг. Составлено автором. База данных. (34)

«тайная полиция, Штази» и «преследование, в том числе политическое». Затем — провал. «Антифашистское сопротивление» (столбец 9) насчитывает лишь 29 упоминаний. Остальные категории в средней части диаграммы — за исключением «мирной революции» — показывают жизнь в ГДР исключительно как «фальшивую», а самих граждан — как угнетенных ею. Более или менее амбивалентную оценку ГДР можно найти лишь в столбце 19 («повседневная жизнь и критическое отношение к ней») и 21 («воспитание детей в ГДР, ясли») — по три упоминания. «ГДР как социальное государство» занимает последнее место — одно упоминание.

Новые отношения собственности

Восточные немцы, устроившие осеннюю революцию и свергнувшие диктатуру СЕПГ, завоевали политическую свободу. Присоединившись к ФРГ, они получили те же гражданские права и свободы, что и жители «старых» земель. Однако им пришлось столкнуться с тем, что в обществе, основанном на демократии и рыночной экономике, реализация личных свобод связана с собственностью и доступом к финансовым ресурсам. В «новых» федеральных землях социалистического планового хозяйства уже не было, и здесь, как и в «старых» землях, обустроить мир вокруг себя могли только свободные граждане, обладающие собственностью и капиталом. Ведь в Западной Германии все, что происходит на муниципальном, региональном или земельном уровнях, во многом определяется представителями местного бизнеса, связанными с данным регионом. После приватизации восточно-германской общенародной собственности этот шанс был практически упущен. Восточные немцы владеют в основном небольшими или средними предприятиями. Хорошо, если на половине из них занято

более 20 работников. Промышленные предприятия, принадлежащие западногерманским инвесторам, в среднем в четыре раза больше, чем те, что принадлежат восточным. На 1996 год более половины уставных капиталов предприятий, работавших в Восточной Германии, находилось в руках западногерманских или иностранных владельцев²⁵. Диспропорции в праве распоряжения собственностью предприятий были связаны со скудной капиталовооруженностью жителей Восточной Германии после введения немецкой марки. Поскольку накопления восточных немцев, превышавшие 4 тысячи марок, обменивались по курсу 1:2 (для детей младше 14 лет этот предел составлял 2 тысячи марок, для граждан старше 60 лет — 6 тысяч)²⁶, их потери при обмене составили в общей сложности 62 миллиарда немецких марок²⁷. Можно предположить, что при наличии этих миллиардов у них было бы больше шансов победить на торгах за восточногерманские предприятия. Однако, как отмечает социолог Зигхард Некель²⁸, реальный ход событий привел к тому, что и после воссоединения опыт политической зависимости никуда не делся, — важные для региона решения принимались далекими от него центральными властями. Даже если население Восточной Германии не вникало в подробности судьбы бывших государственных предприятий и структуры их собственников, тенденция, которую выявила экономическая статистика, была и без того понятна.

Аналогичные различия, связанные с правом собственности, существовали и между домовладениями Западной и Восточной Германии. В процессе объединения — при трудоустройстве и заключении контрактов — восточным немцам становилось известно, из чего складываются личные состояния их западных соотечественников. Они узнавали, какое вознаграждение выплачивает западногерманский работодатель по окончании двадцатилетнего контракта с работни-

ком, каковы выплаты по договорам ссуды на строительство или ремонт жилья, по накопительному страхованию жизни, сколько можно получить от продажи пакетов акций или земельных участков и насколько безопаснее владеть домами или квартирами, свободными от ипотеки (см. Диаграмма 4).

Новый медийный ландшафт

До мирной революции 1989 года телерадиовещание ФРГ играло заметную роль в жизни восточных немцев. Западные СМИ были альтернативой подцензурным медиа ГДР и отчасти способствовали падению диктатуры СЕПГ. 18 октября 1989 года, после свержения Эриха Хонеккера, цензура в ГДР была запрещена. Выборы новых главных редакторов наряду с демократизацией самих редакций положили начало смене поколений. Резонансность публикаций гэдээровских СМИ резко возросла²⁹.

С начала 1990 года бывшие газеты окружных комитетов СЕПГ и их издательские дома начали искать связей с западногерманскими издателями. В мае 1990-го все они и еще 11 гэдээровских газет уже обрели партнеров. Западная сторона проявляла невероятный интерес к прибыльным восточногерманским издательствам и их недвижимости. Каждый издательский дом ГДР получил в среднем по пять предложений, а некоторые — в три раза больше. Приватизация газет ГДР была самой успешной главой в истории Тройханда, однако для самой прессы результат был печальным. Рынок восточногерманских периодических изданий поделили между собой несколько западногерманских медиаконцернов, объединенных в картель. А вот небольшую издательскую структуру, как в «старых» землях, основать здесь было невозможно³⁰.

Преобразование восточногерманского медийного ландшафта привело к тому, что о Восточной Германии,

ее жителях и их прошлом писали в основном западногерманские журналисты. Редакции общенациональных СМИ могли обслуживать маленький «восточный рынок» без существенных кадровых изменений. Кроме того, владельцами газетных издательств и руководителями газет, выходящих в «новых» землях, стали тоже западные немцы. Аналогичная ситуация сложилась и с вновь созданными восточногерманскими радиостанциями. При создании MDR (Mitterdeutscher Rundfunk) семь из восьми директоров и генеральный директор станции были с Запада, и лишь директор по производству — с Востока³¹. Это соотношение сил утвердилось к 1992 году и с тех пор не меняется. Так, в 2004 году среди главных редакторов, руководителей издательств и топ-менеджеров восточногерманских региональных газет 17 происходят из Восточной Германии и 39 — из Западной. Диспропорция становится еще более очевидной, если посмотреть на руководителей телеканалов, радиостанций и главных редакторов общественно-политического вещания в «новых» землях, среди которых 2 восточных немца и 10 западных³². Однако было бы неправильно утверждать, что в те времена о Восточной Германии писали и говорили преимущественно западногерманские авторы. Разумеется, в медиа были представлены и восточногерманские интеллектуалы и активисты. Но кто именно из восточных немцев будет выступать *от их имени* в СМИ, решали западные руководители. А они давали слово лишь тем представителям гдээровского меньшинства, которые в прошлом оказывали сопротивление режиму, стали жертвами диктатуры СЕПГ или по другим причинам были далеки от большинства жителей Восточной Германии. Образ мыслей этого меньшинства был для них куда ближе и понятней, чем позиции тех, кто хотел говорить о компромиссах, добровольном сотрудничестве с властью и пресловутой «честной

жизни среди фальши». Вместо этого насаждался модус воспоминаний, связанный с насилием и подавлением. В традиционных СМИ поощрялись описания крушения ГДР и проработка диктатуры СЕПГ, но не попытки понять восточных немцев и помочь им с самоидентификацией.

Медийный образ восточных немцев

После коренного изменения медийного ландшафта восточные немцы попали в принципиально новую дискурсивную среду. Они оказались в мире, где на них и их прошлое взирали бесстрастно, как бы со стороны. В этом мире они были не такими современными, стильными, самостоятельными, гибкими и предприимчивыми, как западные немцы. Более того, их изображали ограниченными, безынициативными, нетерпимыми, уповающими на государство, чуждыми демократии, травмированными диктатурой ксенофобами с ущербным жизненным опытом.



Карикатура Манфреда Бофингера. 1990

«А теперь, деточка, красиво поплачь»

Медийный образ бывших граждан ГДР, со всеми его культурными передержками, подкреплялся негативной оценкой их поведения под властью СЕПГ. Восточные немцы не хотели мириться ни с тем, что на протяжении всей своей жизни они были беспомощными жертвами диктатуры, ни с тем, что, приспособливаясь к преступному режиму, были его соучастниками.

Надо сказать, что конфликт вокруг гэдээровского прошлого характерен не только для западных и восточных немцев. Среди последних также существуют мемориальные сообщества, объединенные разными воспоминаниями (см. врезку).

Мемориальные сообщества Восточной Германии

Историк Мартин Сабров различает два важных восточногерманских мемориальных сообщества. В частности, он говорит о «памяти о диктатуре», которую поддерживают государство и масс-медиа, и о «примирительной памяти». В мемориальном режиме «память о диктатуре» «для достоинства человека несомненно важнее фундаментальное различие между политической свободой и политическим подчинением, а не социальные и экономические блага, которые ретроспективно, под влиянием западногерманской экономической ситуации с ее высоким уровнем безработицы, превращают ГДР в “ответственную диктатуру” с социальными гарантиями. (...) “Память о диктатуре” сфокусирована на оппозиции преступник — жертва. Она выводит на первый план такие понятия, как преступление, предательство и оппортунизм, а воспоминания о страданиях, жертвах и сопротивлении диктатуре СЕПГ становятся важным инструментом осмысления прошлого, позволяющим современникам извлечь уроки из истории и защититься от повторения

прошлых ошибок. “Примирительная память”, в отличие от “памяти о диктатуре”, сильнее, она живет в глубинах общественного сознания и то тут, то там — тихо и упорно или громко и решительно — заявляет о своих правах. (...) “Примирительная память” соединяет сферу власти с миром обыденности. Она рассказывает о повседневном отстаивании прав в неблагоприятных условиях, а еще — о востребованности и добровольной готовности к сотрудничеству, о гордости за достижения ГДР (...). И голубая рубашка Союза немецкой молодежи (FDJ) напоминает не только о лояльности партийной системе, но и о счастливых временах юности. А хозяйственная сумка ассоциируется не только с униженным дефицитом товаров, но и с былой ценностью вещей»³³.

У всех восточных немцев — и у тех, в ком живет «память о диктатуре», и у тех, кто вспоминает о тех временах «примирительно», — есть свои «точки опоры», связанные с личным опытом жизни в ГДР. Однако в публичном мемориальном пространстве, т.е. в политической, медийной и образовательной сферах, в 1990-е годы предпочтение отдавалось модусу «памяти о диктатуре», и практически не была представлена позиция тех, чью память можно назвать «примирительной». Если в ранние 1990-е этот способ проработки опыта ГДР отвечал информационным потребностям восточных немцев, вскоре он стал восприниматься как навязчивый политпросвет, на который восточногерманская публика больше не реагировала, а если и реагировала, то, скорее, как на нечто, набившее оскомину. Медийный образ нужды и бесправия в ГДР очень сильно отличался от реальных воспоминаний людей.

Перемены на рынке труда, результаты приватизации и образ восточных немцев в СМИ изменили

их самовосприятие. Если в последние месяцы существования ГДР «скорее немцами» себя чувствовали две трети населения Восточной Германии, то к концу 1992 года все радикально изменилось: две трети новых граждан Германии ощущали себя «скорее восточными немцами».

**Кем ощущали себя восточные немцы в декабре 1992 года
(в процентах от числа опрошенных):**



Источник: Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie³⁴. Ср. диаграмму на с. 16

Так вышло, что в первые годы после свержения диктатуры СЕПГ и воссоединения Германии в попытке осмыслить свой прошлый опыт рядовой восточный немец пользовался стандартной формулировкой: «Не все было плохо!» С одной стороны, ее можно считать реакцией на «единственно верный» образ ГДР, созданный СМИ. Однако дело было не только в противодействии внешнему давлению, но и в душевном смятении, которое испытывало тогда большинство восточных немцев. И то, что практически никто не отваживался говорить о «старых добрых временах», и то, что в массе восточные немцы не считали себя жертвами диктатуры и борцами сопротивления, а напротив, ожидали признания своих заслуг, и то, что «не все» было плохо, т.е. преступно, ущербно

и напрасно, говорит об одном — они начали осознавать, во что были вовлечены. Ведь с крушением диктатуры СЕПГ стали очевидны масштабы контроля и репрессий. А когда вскрылся объем номенклатурных привилегий, когда люди узнали о плане превращения ГДР в глобального экспортера оружия, к прежним чувствам добавились ярость и возмущение. Разумеется, удивлялись и возмущались люди, которые в прошлом с доверием относились к ГДР или были аполитичными. А вот те, кто уже задумывались о путях демократизации страны или знали о жертвах репрессий, были удивлены куда меньше.

Так или иначе, в ранние 1990-е восточные немцы все больше хотели понять, в чем состоят недостатки и преимущества воссоединения. Позади был коренной перелом, начавшийся с падения стены и возгласа «Обалдеть!». Затем — радость по поводу крушения диктатуры СЕПГ, создания валютного союза и присоединения к ФРГ, сопровождавшегося стремительным появлением западногерманских товаров и исчезновением продукции ГДР, негодование, вызванное инвентаризацией преступлений режима, радикальный передел восточногерманского рынка труда и недвижимости, пережитый с надеждами и страхами и, в завершение, появление стереотипного образа восточного немца, созданного СМИ. На смену активности «без дыхания» пришла фаза «передышки», рефлексии. Восточные немцы, многие из которых находились еще в середине своего жизненного пути, были вынуждены подводить итоги. Однако главные медиа страны с их представлениями о жизни в ГДР и успехах в преобразовании Восточной Германии не стремились удовлетворить потребность сограждан во взвешенной и адекватной оценке их нынешнего положения. Образовался пробел в коммуникации.

И кому-то предстояло его восполнить.

Остальгия как реакция



mauritius images, EBGK43

Маркетинг как барометр общественных настроений: «Восточным немцам это по сердцу!»

Профессионалы-рекламисты раньше других откликнулись на особую ситуацию, в которую попало население Восточной Германии из-за тягот переходного периода и однобокого освещения их прошлого в СМИ. При обращении к целевым группам они использовали самоидентификацию и опыт восточных немцев, которые не обсуждались в публичном пространстве. Чтобы привлечь покупателей, фирма-производитель прохладительных напитков *Berliner Spreeweg Mineralbrunnen GmbH* позаимствовала гдээровскую марку *Club-Cola* и использовала в ее рекламной кампании слоган: «Ура! Я еще жива!»³⁵

В своей книге «Продукты как медиа»³⁶, первом культурологическом труде, рассказывающем о продуктах как средстве коммуникации в обоих немецких обществах, историк Райнер Грис пишет: «... Это было

экзистенциальное предложение. “Берлинская Кола” знала историю своих потребителей и солидаризировалась с ними. Ей тоже пришлось пережить и разделить с гражданами ГДР их опыт, связанный с объединением: девальвацию, ликвидацию предприятий, деклассирование, деиндустриализацию. А еще — социальное расслоение и десолидаризацию. В экстремальной ситуации общественного слома именно коммуникация в сфере маркетинга позволила сформулировать простейший лозунг коллективного самоутверждения: “Мы еще живы”. Бывшая гдээрдовская кола упорно утверждала свое право на существование — и тем самым право на конкуренцию. Более того, подобно сотням тысяч бывших граждан ГДР, она смогла сохранить необходимую толику надежды и оптимизма и,



Архив Райнера Гриса

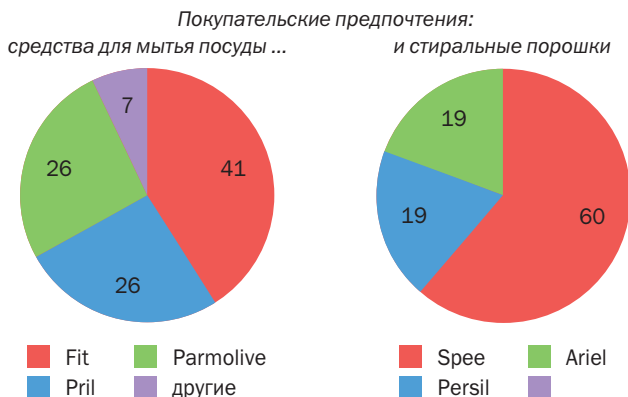
наперекор враждебным нападкам, выстояла в трудные первые годы после объединения. Над ней можно было смеяться, но уничтожить ее было нельзя».

Рекламный текст наделял ее и другими восточногерманскими качествами: «*Club Cola* — это кола из Берлина. Свежая от природы. Не слишком сладкая. Но с богатым вкусом...» В рекламном тексте использовались стереотипы, выработанные восточными немцами в отношении западных: эти «другие» немцы были какими-то напояженными, искусственными, фальшивыми — полной противоположностью «природной свежести» и «умеренной сладости».

Для борьбы за восточногерманского покупателя профессионалы-маркетологи снабдили *Club Cola* следующим рекламным роликом: на красном фоне возникали кадры из черно-белой кинохроники времен ГДР, — партийный деятель Адольф Хеннеке, спуск корабля на воду, сталевары в цеху. Эти образы, прочно вошедшие в коллективную память восточных немцев, во времена ГДР пропагандировали героев социалистического строительства, а в 1990-е ассоциировались исключительно с мрачным преступным прошлым. И вот *Club-Cola* вновь предложила новым гражданам ФРГ «героическую» версию.

С 1991 года в торговых сетях «новых» земель постепенно начинают появляться продукты, производившиеся в ГДР. Маркетинговая стратегия «признанных восточногерманских марок» оказалась успешной. Иногда, ориентируясь на спрос, производители немного изменяли упаковку, рецептуру и качество. Однако их названия, вкус и дизайн оставались прежними. Они должны были опознаваться как «наши прежние продукты» и рекламировались соответствующим образом. Дело в том, что с 1991 года восточные немцы несколько охладели к столь вождленным прежде западным продуктам. Как и следовало ожидать, завышенные ожидания разбились

о реальность. К тому же прошло время, когда хотелось все попробовать. Исследование 1993 года показало, что в каждом втором магазине Саксонии доля свежих продуктов местного производства составляла около 40%. Уже в конце 1992 года, например, в бытовой химии «признанные восточногерманские бренды» нагнали конкурентов. В ответах на вопрос, какими марками люди «в основном» пользуются в домашнем хозяйстве, гдээрзовское средство для мытья посуды *Fit* (41% опрошенных) существенно опередило западные *Pril* и *Palmoliv*, а за возрожденный компанией *Henkel* стиральный порошок *Spee*, появившийся в ГДР еще в 1968 году, высказались 62% опрошенных, в отличие от ее же бренда *Persil* и их конкурента *Ariel*, набравших менее 20%.



Актуализация воспоминаний о «восточногерманских товарах»: на вопрос, какие марки «в основном» используются в домохозяйствах, в конце 1992 года восточные немцы дали следующие ответы (данные в процентах)

Гдээрзовская косметическая марка *Florena* пользовалась не меньшим спросом, чем местная водка *Nordhäuser Doppelkorn* или шампанское *Rotkäppchen*. Однако среди товаров длительного пользования

преобладали западные бренды, а доверие к восточногерманскому шоколаду и кофе в начале 1990-х, казалось, было окончательно подорвано.

Обращаясь к целевой аудитории, реклама пыталась апеллировать и к ее теплым воспоминаниям о ГДР, и к нынешним ощущениям утраты и отверженности. В ГДР считалось, что крепкие сигареты без фильтра *Karo* курят настоящие мужчины, а также интеллектуальная и творческая богема. Этот имидж удалось сохранить и после объединения Германии. Рекламный слоган сигарет *Karo* 1991 года обещал, что они станут «пощечиной единому вкусу».

Так начало меняться отношение к товарам с Востока и Запада. Западный ассортимент, некогда удивлявший изысканностью и разнообразием, стал восприниматься как «единый вкус», в то время как в любом товаре, наследовавшем гэдээровской традиции, которая прежде считалась серой и убогой, усматривали нечто особенное.

Компания RFT, бывший монопольный производитель телевизоров в ГДР, использовала в рекламе проблемы с социальной адаптацией, возникавшие у многих восточных немцев, а также отрезвление, пришедшее к ним после того, как западногерманские товары вошли в обиход. Играя на (пред)убеждениях, реклама провозглашала: «Восточное — значит, отличное». Казалось, слова «восточное» и «отличное», написанные огромными жирными буквами, целят



Архив Томаса Абэ

прямо в травмированное подсознание восточных немцев. Кстати, здесь, как и в рекламном ролике *Club Cola*, для послания был выбран красный фон.

Реклама сигарет *Club* уже откровенно опиралась на позитивный образ прошлого. Демонстрируя романтический вид моста в Бастайе (Саксонская Швейцария) — хрестоматийную иллюстрацию к теме «наша прекрасная Родина — ГДР», — она зывала: «Изведай хорошее заново!» Аналогично была устроена и реклама сигарет *Juwel*. Хотя отчасти она была ответом на громкую кампанию марки *West* под слоганом *Test-the-West* («*Oscumi* вкус *Zanada*»). «Я курю *Juwel*, потому что уже ощутил вкус Запада. *Juwel* — это для нас». Сигареты *Cabinet* изображались как «натуральные, без ароматизаторов»³⁷. Здесь, как и в случае с *Club Cola*, производители рекламы брали на вооружение антизападные стереотипы и выступали против Запада как якобы ненатурального, обманчивого и парфюмированного.

Таким образом, реклама образца 1993 года как бы включалась в разговоры, которые велись в восточно-германских заводских столовых или на кухнях, и приходила к тому же выводу: «Не всё было плохо!»

Обнаружился еще один интересный эффект. Во времена ГДР многие местные товары считались плохими копиями, суррогатами западных оригиналов. Бело-синяя *Florena* воспринималась как восточногерманский вариант *Nivea*. «Правильный» кофе мог быть только западным, так же как «правильный» шоколад или сигареты. И вдруг все радикально переменялось: восточные продукты стали считаться натуральными, чистыми. Сигареты — без ароматизаторов, булочки — не «резиновые», пиво — крепкое и хмельное, а колбаса — не диетическая, а пикантная.

Выбор восточногерманских продуктов определялся не просто привычкой или знакомым вкусом, и это хорошо видно на примере кофе *Rondo*. В ГДР

Rondo располагался в среднем ценовом сегменте. В 1997 году обжарщики кофе из Магдебурга приняли отважное решение вернуть на рынок дискредитированный гэдэровский бренд. Маркетинг нового *Rondo* не оставлял сомнений в его происхождении: он был в той же голубовато-серебристой упаковке и располагался в том же ценовом сегменте. Успех предприятия ошеломил даже его инициаторов — магдебургскую компанию *Röstfein Kaffee GmbH*. В первый год они рассчитывали продать от 100 до 200 тонн. К концу года компания вышла на 5 тыс. тонн, а количество сотрудников выросло с 40 до 96. В 1998 году *Rondo* с продажами в 6,5 тыс. тонн занял третье место на восточногерманском рынке кофе. При этом следует учесть, что в ГДР почти треть потребляемого кофе происходила из «интершопов» и «западных наборов» — посылок к праздникам из ФРГ (*Westpaket*). Ни одна местная марка не могла сравниться с «западным кофе». И вот возвращение на рынок марки *Rondo* спустя семь лет после валютной реформы вызывает восторженную реакцию: «Слезы радости навернулись на глаза! Прекрасный старый *Rondo*!» или «Восточным немцам это по сердцу!» Оказывается, покупать кофе из Восточной Германии — это веление сердца. К обычным потребительским свойствам кофе — его вкусу, сроку хранения, полезности — это не имеет отношения. Словосочетание «прекрасный старый *Rondo*» поражает, потому что старый *Rondo* вовсе не был прекрасен. Когда в 1977 и 1978 году вкус *Rondo* отчетливо ухудшился из-за использования низкосортных зерен, только за четвертый квартал 1977 года на него поступило 14 тыс. рекламаций. В 1991 году по результатам опроса IFO (Мюнхенский институт экономических исследований) 90% респондентов считали, что западногерманский кофе лучше на вкус, а 75% привлекали более длительные сроки хранения западных продуктов. На вопрос, стали бы



Архив Томаса Абэ

Рекламные материалы компании Zetti, 1995

они покупать кофе восточногерманского производства, почти 70% респондентов закономерно ответили «никогда»³⁸. Но по прошествии нескольких лет отношение к *Rondo* изменилось. Так что есть все причины рассматривать формулу «старый прекрасный Rondo» как некое искусственное построение. Это был своеобразный ответ на публичное обесценивание образа ГДР: по крайней мере в качестве потребителя можно безболезненно отдать должное своему гэдээровскому прошлому.

Во второй половине 1990-х вошла в моду даже такая непопулярная группа продуктов, как восточногерманский шоколад. В 1995 году, используя ту же «я-снова-с-вами» риторику, что *Club Cola* и другие марки, на рынок вернулся хрустящий шоколад *Knusperflocke*. Затем, в 1998 году, появилась марка *Bambina*, а годом позже *Schlager-Süßtafel*. Все эти продукты из бывшей ГДР стали производиться на новой фабрике, построенной в 1999 году в городе Цайц. В том же 1999 году одних только шоколадных изделий *Knusperflocke* и *Bambina* было продано на 31 млн марок³⁹.

Очевидно, что инструментом маркетинга стало не только указание на происхождение продуктов из ГДР, но обращение к социалистическому этапу истории и его символам. В 1999 году одна из пивоварен Ростoka запустила рекламу нового сорта пива под названием «Красный Октябрь». Бутылочная этикетка была выдержана в алых тонах, в верхней ее части красовалось нечто, похожее на социалистический герб: венок из колосьев над красной лентой, а внутри венка — рельефная золотая советская звезда. Все слова на этикетке и в рекламных материалах (на майках, флагах и плакатах) были написаны заглавными буквами, причем латинская «R» в зеркальном отображении превращалась в кириллическую «Я». Так воссоздавалась



Архив Томаса Абэ

Рекламный плакат для пива «Красный Октябрь»

связь с «родиной Великой Октябрьской революции», со страной, откуда пришел «освободитель, друг, товарищ», со страной, которая в ГДР официально именовалась «ведущей силой мирового социализма и всех народов, борющихся против эксплуатации и угнетения на Земле» и которая породила еще множество труднопроизносимых лозунгов, от которых пересыхает в горле. Рекламный плакат вопрошал по-партийному: «Уже сегодня, товарищи?» — и обещал «революционный пивной вкус».

Рестораны и гостиницы во второй половине 1990-х тоже пытались привлечь клиентов с помощью отсылок к восточногерманскому прошлому. Осенью 1997 года владелец одной из лейпцигских пивных написал на доске перед своим заведением: «4.10 — 12.10. — неделя остальгии. Еда и напитки как при Эрixe. Дешево — почти как тогда!» Эта «неделя остальгии» совпадала с официальной неделей празднования Дня республики, который в ГДР отмечали 7 октября различными представлениями и культурными мероприятиями.

7 октября 1999 года, в честь «50-летия ГДР» в Циттау, на территории бывшего Высшего военного училища имени Эрнста Тельмана открылась гостиница «Дом Восточной Германии». При въезде кроме обмена денег гость должен был пройти и множество разных формальностей, как это было принято в ГДР для «граждан, постоянно проживающих на территории ФРГ»⁴⁰. Бывший гэдээровский диссидент Лутц Ратенов, побывавший в гостинице, которую к тому времени уже переименовали в «Ситтавию» (Ситтавия — прежнее название Циттау), писал: «Хозяин с гордостью проводит клиентов по гостинице и все объясняет. В холле стоят шкафы с предметами из гэдээровского прошлого — от аптек скорой помощи до коробок из-под стирального порошка. Разумеется, есть и портрет Хонеккера с траурной лентой, увенчанный колючей проволокой (символ критического отношения). Впечатление от номе-



Фото Томаса Абэ

«Неделя остальгии: продукты питания и напитки, как во времена Эриха, все по низким ценам, как в прежние времена!», Лейпциг, октябрь 1997 г.

ров разное — то интересно, то смешно. Когда сравниваешь номер, оформленный упаковками детской зубной пасты *Putzi* с комнатой, посвященной грузовикам *Robur* (они производились в Циттау. — *Прим. пер.*), возникает некий музейно-образовательный эффект. Дедероновые кошельки и коробки от пюре рядом с членскими билетами «пионеров-тельмановцев» и прочей пропагандой. (...) Под стеклом — документы, фотографии и предметы времен ГДР. (...) Телефон работает. Телевизор показывает те же западногерманские кабельные каналы, что и везде. Но никогда раньше в Циттау»⁴¹.

Остальгия как поп-культура: «Не всё было плохо!»

Как возникли остальгические вечеринки

После объединения Германии механик из Нордхаузена Ральф Хеккель бросил работу и осуществил

свою мечту — стал профессиональным диджеем. В 1991 году он создал event-агентство и, уже в качестве продюсера, устраивал мировые турне музыканта *MC Dirty Dan*. В 1993 году клиент Хеккеля умер, и он вернулся в родной Нордхаузен. В начале 1994 он, рассчитывая получить лицензию на вещание в Тюрингии, начал разрабатывать концепцию радиостанции. Однажды управляющий дискотеки в городке Шваллунген предложил ему устроить презентацию радиопроекта в духе вечеринок на традиционных летних слетах членов Союза свободной немецкой молодежи (FDJ). «Но такую, с юмором; в то время понятий “вечеринка для осси” и “остальгическая вечеринка” еще не было», — вспоминал Хеккель. Когда в 1994 году он с наскоро собранным ансамблем организовал шоу, в городе случайно оказались двое журналистов. Хеккель пригласил их, и они сделали фотографии, которые позднее были опубликованы на двух полосах журнала *Stern*: «Там было написано только: Шваллунген, дискотека “Оазис”, такого-то числа, без комментариев, пусть фотографии говорят сами за себя». После этого проект привлек внимание тележурналистов, и они стали настаивать на его повторении. Вторая вечеринка в Шваллунгене уже была посвящена не раскрутке радиопроекта (Хеккель так и не получил лицензии), а собственно воспоминаниям о ГДР. «Понаехало телевидение. Я думаю, команды три или четыре. Я уж было подумал: “Господи, теперь это будет представление не для людей, а для СМИ. А такого я не люблю, все становится холодным и стерильным”. Но вечеринка быстро набрала темп, люди смеялись над шоу, пускались в пляс под восточно-германские хиты, кричали и подпевали. Операторы глядели испуганно: что здесь происходит? Посетители постарше, сидевшие за столиками с кружкой пива в руке, то и дело принимались рыдать. Я и сам был очень взволнован. Публика перед сценой была

в экстазе. И тогда я подумал: господи, что-то за этим кроется. Это не просто развлечение»⁴².

В следующем году Хеккель вплотную занялся организацией «вечеринок для осси». Их тогдашний успех он объяснял тем, что люди получали возможность актуализировать свои воспоминания: «Люди и не думали, что они так много помнят, ведь вся жизнь вокруг изменилась. А я на этих представлениях просто усаживал их в машину времени, воссоздавал прежнюю среду, и все воспоминания сразу оживали»⁴³. Это интервью было снято на камеру в начале 1998 года, когда Хеккель, в сопровождении репортеров, вез целую колонну с оборудованием, артистами и двойниками известных людей на остальгическую вечеринку в Альмсфельд (Гарц). В 2010 году он снова стал героем документального фильма, уже как известный и коммерчески успешный изобретатель «остальгических вечеринок», которые к этому моменту превратились в бренд. О главном событии своей жизни — о том, как в 1994 году он обнаружил всю силу ностальгии по ГДР, — в 2010 году Ральф рассказывает несколько иначе. Ведь к этому времени у остальгических вечеринок появилась новая функция, о которой в 1998 году еще речи не было, — они стали играть важную роль в борьбе восточных немцев за социальное признание (см. Ральф Хеккель 2010).

Ральф Хеккель, 2010. Как возникла идея «остальгических вечеринок», и чего он хотел с их помощью добиться

«Понятие “осси” в 1993, 1994, 1995 годах было ругательством (...). И тогда я решил: ладно, ты возмечись за него и превратишь... в хорошее, достойное слово, даже с некоторым оттенком гордости».

О своей первой «остальгической вечеринке» Хеккель говорит: «Я и сам не знал, как все пойдет. (...) Управляющий дискотекой ставил одну

восточногерманскую песню за другой, не переставая... устроил такой микс. А публика в ответ плясала и веселилась. Это был для меня совсем новый опыт. Одну за другой (в интервью Хеккель напевает песню группы Karat "Голубая планета": "Никакой бог не поможет нам сохранить этот мир..."). У меня мурашки пошли по коже, волосы зашевелились — вот, и сейчас тоже. И вдруг слезы потекли из глаз, это было сильно... Публика чувствовала то же самое, и тогда я подумал: господи, что-то за этим кроется, это не просто развлечение, здесь все совсем иначе. И тут я без объявления взял микрофон и запел: "Я несузнамя..." — и всё. Зал взревел: "... и это красное знамя" (старая немецкая революционная песня «Красное знамя». — Прим. пер.) Я, собственно, хотел спеть одну эту песню, а они требовали еще. И вдруг всплыли тексты, которые, как мне казалось, я уже не помню. С людьми в зале происходило то же самое. "Синие вымпелы на летнем ветру..." или "Наша родина" (Хеккель поет: "Наша родина — это не просто города и сёла"). Все было так уместно — ведь ее больше не было, родины. И вдруг она вернулась, вернулась в виде песни. И это, правда, не города и села, эти новые фасады не имеют отношения к родине, она — то, что у тебя внутри. Это Я. Это Мы. (...) Мне было важно снять табу — всеми возможными способами. Табу на рассказ о своей истории, табу на слова "Я — восточный немец", не превращающие тебя в "красного"».

Источник: документальный сериал Яна Петера «Тогда, после ГДР». Серия 4. «Лето 1993—1995. Объединение: восторг и разочарование», эфир канала ARD, 5 октября 2010 года.

Фильм «Опьянение Востоком. ГДР на одну ночь», показанный 8 мая 1998 года на канале ARD, был первой серьезной попыткой разобраться с «остальгическими

вечеринками». Получасовой документальный фильм был сделан по заказу Среднегерманского радио (MDR). К моменту его выхода Хеккель со своим «остальгическим караваном» (как называли его авторы фильма) уже четыре года колесил по Восточной Германии. Он провел около 60 «остальгических вечеринок» (так он называет свои представления с 1997 года), которые посетили почти 60 тысяч зрителей⁴⁴. В 1999 году, когда он решил подвести черту, речь шла уже о более чем 100 представлениях и 150 тысячах посетителей⁴⁵.

Но что это было за развлечение? И какие сюжеты из политической истории были туда внедрены?

Что чувствовали посетители остальгических вечеринок?

Репортаж об остальгической вечеринке в Альмсфельде, снятый в 1998 году, показывает, что по формату она близка к народным развлечениям. При звуках хитов публика подпевает и хлопает в ладоши, играет взвод барабанщиков и трубачей, гости могут принять участие в викторине, аукционе или конкурсе певцов, в зале достаточно места, чтобы потанцевать, и достаточно алкоголя, чтобы напиться. Гости наряжаются в костюмы, как на масленичном карнавале, ведущий смешит публику, рассказывая анекдоты, которые никого не напрягают и не травмируют. С формальной точки зрения отличия от карнавала здесь минимальны. Просто на остальгических вечеринках роль раскрашенной бочки (с нее произносятся речи во время масленичного карнавала. — *Прим. пер.*) выполняет гэдээровская трибуна с государственным флагом, ведет карнавал не местный чудака, а Вальтер Ульбрихт, гости наряжаются в форменную одежду времен ГДР, а зал декорирован транспарантами, вымпелами, гербами и прочей атрибутикой исчезнувшего государства. Можно сравнить их и с таким поп-культурным



Архив Ральфа Хеккеля

«Так что, если бы ГДР по-прежнему существовала в той или иной форме, ее все равно накрыла бы волна технологического прогресса и сегодняшней индустрии, так что мы немного поэкспериментировали с компьютерной 3D графикой», — сказал Ральф Хеккель, описывая этот плакат в 1997 г.

форматом, как ретро-вечеринки, поскольку здесь звучит танцевальное ретро 1970—1980-х — времени, когда посетители остальгических вечеринок были

теми самыми «мальчиками», которые с «девочками» на плечах танцевали под песню «У окна» группы *City*. Воспоминания порой бывают горько-сладкими. Об этом простом факте человеческой жизни говорят и слезы пожилой женщины, по которой быстро скользнула камера, и объятия молодых людей под хиты их детства. Так что остальгические вечеринки — это всего лишь ностальгические шоу, как и любые ретро-шоу на рынке поп-культуры.

Как при этом участники относятся к ГДР — другой вопрос. У гостей и тех, кто перед ними выступает, мнения по этому поводу не совпадают. Так, один из юношей, приглашенных в Альмсфельд в 1998-м, считает: «Да, это более или менее ретро. Да, все мы не хотим еще раз пережить то, что было. Но почему бы не представить историю в виде вечеринки, это же нормально, люди не возражают, и ведь это уже не в первый раз». Девочки из группы *Easty Girls*, чуть младше, чем он (в 1998 году им было 17 и 19 лет), более четко видят связь между такого рода вечеринками и обращением к теме ГДР. Во времена моды на «техно» *Easty Girls* регулярно и не без успеха исполняли на дискотеках «песни борьбы и труда» из репертуара ГДР. Но потом «все это ушло в дома культуры, а там люди постарше, где-то около сорока, и они все реально пережили, и тут уже дело в воспоминаниях, а не в том, чтобы потусоваться и погудеть...». Сейчас *Easty Girls* — члены команды Хеккеля.

Итак, если остальгические вечеринки — это не «потусоваться и погудеть», а разобраться с гэдэровским прошлым, то каковы — обращаясь к психотерапевтической терминологии — изначальные установки такого рода вечеров? Это ностальгическая связь с ГДР или реакция на бесконечные разговоры о «диктатуре»? О последнем заставляют задуматься слова молодой посетительницы вечеринки в Альмсфельде: «Многие не рискуют говорить, что думают, потому что

у них в голове все время сидит мысль: боже, боже, кто знает, что подумает обо мне такой-то, к сожалению, люди таковы, а здесь они чувствуют себя более или менее в безопасности и не боятся появиться в рубашке FDJ (Союза свободной немецкой молодежи)...)» А вот мнение другой гостьи: «Ностальгия здесь или остальгия... Я рада, что все изменилось. Я и тогда не очень-то любила надевать эту рубашку, и сегодня бы ее ни за что снова не надела».

Представляется, что для чистой ностальгии в остальгических вечеринках слишком много иронии, насмешек и тайных издевок по поводу происходящей здесь шутиливой реинкарнации ГДР. Судя по закадровому комментарию, это почувствовали и авторы фильма: «Те, кто испытывают настоящую остальгию, должны быть возмущены». Двойник Ульбрихта в интервью объяснял свой успех у публики следующим образом: «Их прямо вставляет, когда его в очередной раз высмеивают». О внутренних разногласиях среди артистов свидетельствуют интервью *Easy Girls*. Одна из девушек говорит: «Мой отец считает, что это такая хохма, розыгрыш. Но я это вижу иначе, я считаю, что люди, которые сюда приходят, они просто хотят снова испытать прежние эмоции. Так что я не думаю, что это розыгрыш». Другая продолжает: «Я тоже считаю, что это ни в коем случае не розыгрыш (...), потому что сразу после объединения и все эти годы твердили, что в ГДР все было плохо, а теперь, в последние три года, с появлением остальгических вечеринок, можно снова вспомнить что-то из той жизни, просто воскresить ее в памяти»⁴⁶.

Эти мнения свидетельствуют о неоднозначности остальгических вечеринок, во многом способствовавших их успеху.

Они, разумеется, были интересны не тем немногим, кто хотел реформировать ГДР или преодолеть прошлый опыт. И уж точно не тем, кто подвергался

репрессиям. Но большинство населения — и в ГДР, как везде, — просто жило в определенных условиях. И для этого большинства ни политическая активность, ни репрессии не были частью их личного опыта, который надо было переосмыслить в 1990-е. Они-то в основном и ходят на подобные мероприятия.

Однако порой на остальгических вечеринках звучат недвусмысленные политические высказывания о прошлом. Одну из таких сцен можно увидеть в документальном фильме Яна Петера 2010 года⁴⁷. Это фрагмент перформанса, показанного 2 октября 1998 года в Дессау. На сцене в ряд стоят молодой человек и пять девушек, одетые в пионерскую форму и украшенные соответствующей атрибутикой. Они держат в руках таблички со словами, написанными Ральфом Хеккелем, которые вместе составляют следующий текст: «Мы — ОССИ и гордимся этим / воспоминания есть воспоминания / история есть история / НИКОМУ у нас этого не отнять / потому что МЫ делали ИСТОРИЮ / чтобы иметь право на БУДУЩЕЕ».

Остальгия в общественном пространстве

В первой половине 1990-х началась замена гэдэровских светофоров на западногерманские. По этому поводу то и дело вспыхивали протесты. Летом 1992 года руководитель отдела технического управления Берлина говорил: «Мы не можем делать исключение для светофорного человечка (*Ampelmann*). Единство означает, в числе прочего, и установку типовых светофоров»⁴⁸. К этому времени эйфория по поводу объединения уже поутихла. К тому же дизайн восточногерманского светофорного человечка с психологической точки зрения был лучше приспособлен для обеспечения безопасности дорожного движения. Кроме того, в отличие от гэдэровских товаров повседневного спроса, которые после валютной

реформы сперва исчезли (вместе с производителями), чтобы затем, ценой больших затрат, вновь появиться на рынке, гэдээровский светофорный человечек — «ампельман» продолжал нести свою службу. Вот почему упорное желание его заменить восточные немцы воспринимали как очередное небрежение их традициями. В августе 1996 года был создан Комитет по спасению «ампельмана», состоявший из семи человек⁴⁹ (см. врезку). Эта инициатива стала ответом на давно зревший протест против постепенной замены восточногерманских светофоров.

Из истории Комитета по спасению «ампельмана»

«Мы, семь членов Комитета, вместе с нашими сторонниками, число которых росло день ото дня, договорились о следующем: никаких демонстраций, сбора подписей и тому подобного. Мы решили, что на протяжении двух месяцев будем скрытно раздавать обоим “ампельманов” двух видов («красного» и «зеленого». — Прим. пер.). В Берлине и его окрестностях людям были вручены сотни плакатов, футболок и других сувениров без указания на их происхождение. В газетах появились рекламные объявления — без текста, только светофорный человечек с носом картошкой. Периодически публиковались его изображения из коллекции Шнако. Поначалу выяснить подробности об инициативе “Спаси светофорного человечка” можно было только по ссылке на сайт.

Это сработало: вскоре многие узнали о Комитете и стали спрашивать, как поддержать акцию и где можно купить вещи с символикой.

Затем активизировалась пресса. Журналисты нашли главный офис Комитета на Шрайнерштрассе, куда пришли представители почти всех берлинских газет — исполненные любопытства

и желания задать ряд политических вопросов. Немного позже к ним присоединились главные телеканалы, решившие снять репортажи об истории возникновения светофорного человечка. Создатель «ампельмана» Карл Преглау и его коллеги болтали без умолку, делаясь с публикой пре-краснейшими воспоминаниями.

На этот момент почти все официальные инстанции были предупреждены, а анонимная работа Комитета окончена (...) к большому удолетворению самого Комитета и прессы, которая не рассчитывала на такую реакцию общественности. Теперь «ампельман» был у всех на устах, и стало известно о первых уступках».

Вольфганг Нойман.

Комитет по спасению светофорного человечка.

Цит. по: Маркус Хекхаузен. Книга про «ампельмана». Берлин.

Изд-во Ойленшпигель, 1997. С. 58—61

И действительно, благодаря этой акции произошел перелом — «ампельман» остался на светофорах Восточной Германии. В 2005 году «старым» федеральных земель также разрешили использовать пиктограмму, которую здесь называют «восточногерманским светофорным человечком». До 2022 года он будет установлен на всех пешеходных переходах в Касселек⁵⁰.

Сохранить «ампельмана» помогли два промышленных дизайнера из Швабии — Маркус Хекхаузен



Коллекция рисунков Комитета по спасению ампельмана. 1996

© Шнако

и его жена Барбара Понн. Они взяли его за основу товарного знака своей дизайнерской фирмы и, таким образом, открыли «ампельману» путь в большой мир. (См. подробнее главу «Бизнес на воспоминаниях».)

Тем временем остальгия постепенно завоевывала публичное пространство Восточной Германии и этим окольным путем пробралась в новости СМИ. В 1997-м, спустя год после основания Комитета по спасению «ампельмана», настал пятидесятилетний юбилей автомобиля «Трабант». Его отмечали в Цвиккау — на месте прежнего производства. Это было трехдневное мероприятие с докладами, кинопоказами, выставками, бартерной биржей, аукционами и ревью. Из заметки в *Leipziger Volkszeitung* можно понять, что подобные события с некоторых пор стали использоваться для того, чтобы, в обход сложившегося дискурса «диктатуры», напомнить о ГДР. Заметка начинается так: «В минувшие выходные на территории бывшего народного предприятия *Sachsenring* в Цвиккау повеяло чем-то большим, чем просто (н)остальгия. Форма Национальной народной армии, радиоприемники, произведенные на народных предприятиях, и другая бытовая техника из ГДР — куда ж нам без них?»⁵¹

А еще через год один из торговых центров Лейпцига для привлечения покупателей опубликовал в главной региональной газете большое рекламное объявление: «Нет интересных акций? Так и покупать ничего не захочется». Авторы рекламы, разумеется, сразу же предложили свой способ стимулировать покупательский спрос у клиентов образца 1998 года — через выставку «Повседневный спрос: товары четырех десятилетий» с образцами гдээрзовской продукции⁵². Формулировка «Товары повседневного спроса» была в ГДР устойчивым словосочетанием, магазины соответствующей специализации так и назывались.



Фото Клауса Дитера Глогера

«Остальгическая» выставка, февраль 1998 года — вид экспозиции
«Товары повседневного спроса» в одном из торговых центров Лейпцига

Выставка, организованная с большим размахом, состояла из десяти разделов. В автомобильном, например, был представлен 311-й «Вартбург» — кабриолет 1957 года. В других были радиоприемники и телевизоры, мебель, продовольственные и бытовые товары — от стиральной машины WM66, миксеров и кофемолок до подставок для яиц, разделочных досок и масленок. Основу экспозиции составляли предметы, переданные во временное пользование Центром документации культуры повседневности ГДР в Айзенхюттенштадте, а также вещи, полученные от жителей Лейпцига⁵³.

В то время как приметы обыденной жизни ГДР вновь замелькали то тут, то там — как смутные воспоминания, которые приятно освежить, с разрушенной символической средой дело обстояло иначе. Исключениями были решения, подобные тому, которое принял городской совет Вернигероде. Здесь бюст Карла Маркса, снятый с пьедестала в декабре 1989 года, в апреле был вновь установлен на старом месте⁵⁴.



dpa Picture-Alliance GmbH 2874191

Колонна автомобилей на 6-й Международной встрече любителей «Трабанта» (ИТТ). Цвиккау, 1999.

Любимым «остальгическим» артефактом стал «Трабант». В 1999 году, во время 6-й Международной встречи любителей «Трабанта» (ИТТ), продолжавшейся три дня, в аэропорту города Цвиккау собрались более 14 тысяч поклонников «Траби» и 6 тысяч автомобилей. К ним присоединилось примерно такое же количество зрителей. Под конец встречи 12 пар молодоженов на «Трабантах»-кабриолетах в сопровождении колонны из тысячи машин направились к городскому загсу, чтобы зарегистрировать брак. Газета *Leipziger Volkszeitung* проиллюстрировала свой репортаж «Трабантом», украшенным сразу тремя флагами ГДР⁵⁵.

Остальгические телешоу

Бурное лето остальгии

Летом 2003 года возвращение символов социалистического прошлого вышло на новый уровень.

Воспоминания о среднестатистическом быте тех времен присвоило телевидение, где почти одновременно появилось несколько шоу, посвященных ГДР. 17 августа 2003 года Второе Германское телевидение (ZDF) запустило «Остальгическое шоу». 22 августа Среднегерманское вещание (MDR) начало трансляцию шестисерийного цикла «Котел ГДР». А еще через день на канале SAT.1 вышла первая серия двухсерийного «Восточногерманского супершоу Майера и Шульца» (вторая серия была показана 30 августа). 3 сентября на канале RTL начался показ четырехсерийного «ГДР-шоу», которое шло по средам. И завершилась эта «остальгическая» волна двумя программами «Специально о ГДР» в серии «ТВ с Калькофе», показанными 6 и 13 октября на канале Pro 7. Доля зрителей первой серии шоу «Котел ГДР» в зоне вещания канала MDR составила 22,8%, а доля «Остальгического шоу» ZDF на территории Восточной Германии — 33,9%. По Германии в целом цифры были скромнее: 18,4% — у ZDF и 14,6% — у SAT.1⁵⁶. На телевидении, в силу его природы, повседневная жизнь ГДР была адаптирована к формату шоу и превращена в сенсацию. Под громыхание «Трабантов» со сцены, декорированной типичной продукцией ГДР, звучали анекдоты об этих товарах и их дефиците. Прежние любимцы публики — спортсмены, телеведущие, артисты — рассказывали о том, как им жилось в ГДР и после объединения. Были и обычные для шоу викторины с вопросами, посвященными социалистическому быту. Музыкальное сопровождение обеспечивали бывшие гдээрзовские поп-звезды, исполнявшие свои прежние хиты.

Для телевидения такой подход был внове. В программах о ГДР, произведенных после 1990 года, обычно говорили о преступлениях и недостатках. Теперь в фокусе оказалась другая сторона жизни, например спортивные достижения, популярная культура,

которые для определенной части восточных немцев по-прежнему были инструментами самоидентификации. Наблюдалось и еще одно интересное явление: *достижения ГДР* начали переносить на *людей из ГДР*. В развлекательных шоу ZDF, в зависимости от целевой аудитории, героями становились то всемирно известные гэдээровские спортсмены, то актеры и певцы, прославившиеся до 1990 года. В шоу SAT.1 была представлена другая группа — актеры, звезды шоу-бизнеса и журналисты, которые стали известны *после 1990-го*, но считали, что своей карьерой обязаны ГДР, где они родились и выросли. То есть в этом случае гэдээровское прошлое предьявлялось как нормальная предыстория и залог будущего успеха.

ТВ-шоу как политический фактор

Качество шоу, посвященных ГДР, мы обсуждать не будем. Гораздо интересней, что уже в 2003 году они стали политическим явлением. Внимание, проявленное публикой, и споры, возникшие по поводу этих шоу, свидетельствуют о том, что для объединенной Германии они стали чем-то очень важным. Единодушие царило разве что в неприятии их эстетического качества, и в первую очередь — среди журналистов печатных изданий. Острые дискуссии велись по поводу политкорректности телевизионных программ о ГДР. Изображение прежней жизни как нормальной, ее приятие, порой доходящее до идентификации с ГДР, бывшие правозащитники и политические деятели Восточной Германии рассматривали как попытку ревизии представлений о диктатуре. В телешоу, посвященных ГДР, они видели умаление тогдашних преступлений, надругательство над их жертвами и проводили параллели между ГДР и «Третьим рейхом». Так, Маркус Мекель писал: «Тот, кто показывает шоу о повседневной жизни в ГДР, не должен возражать против шоу о повседневной

жизни в Третьем рейхе»⁵⁷. Райнер Эшпельбаум заявлял: «Обе диктатуры — нацистская и гэдээровская — были бесчеловечными. Сама идея создания подобных шоу непристойна и противоречит всем правилам политической гигиены»⁵⁸. Правозащитник Гюнтер Нооке вспоминал: «Да, мы тоже катались на велосипеде по Шпреевальду и выпивали пару бутылок пива», а затем констатировал: такой была повседневная жизнь «и во времена красно-коричневой диктатуры»⁵⁹. Тобиас Холлитцер начинает свою статью следующими словами: «Рождество в ГДР было прекрасным, моя первая любовь восхитительной, я веселился и часто бывал счастлив. Личных впечатлений никто не отменяет. И все же ГДР была диктатурой». Его финальная оценка «остальгических» шоу такова: «Они преуменьшают опасность тоталитарных идеологий для демократии и являются надругательством над их жертвами»⁶⁰.

Западногерманские критики «остальгических» шоу почти не упоминают о тоталитаризме или репрессиях. Вместо этого они говорят о «подлой маленькой диктатуре», «всякую всячину» о которой теперь «выискивают и вытаскивают» на потеху публике⁶¹. «Штази, застреленные перебежчики из ГДР и запрет на выезд существуют где-то на периферии»⁶², — пишут авторы западногерманских региональных газет⁶³. Иногда они оценивают эти шоу как «попытку пройти по острию ножа»⁶⁴.

В разделе «Письма читателей» восточногерманских региональных газет можно встретить как одобрение, так и неприятие шоу о ГДР⁶⁵. Житель одной из тюрингских деревень — в духе «писем трудящихся» времен СДПГ — даже призывает запретить «остальгические» шоу: «Мой вопрос канцлеру: (...) почему не пресекается провокационная деятельность телекомпаний?» Однако многие читатели не согласны с политической критикой шоу: «Ничего не имею против

размышлений об исчезнувшей ГДР, но пусть каждый делает это самостоятельно! Пусть политики и СМИ не указывают нам, как следует думать. Мы были рады, что время такого рода предписаний прошло. (...) Когда же они осознают, что в ГДР были не только правозащитники и борцы сопротивления? У каждого здесь свой опыт и своя жизнь. Некоторые сопротивлялись, но подавляющее большинство шло в ногу или приспособлялось». Еще один способ защититься от скандальной темы — перевести разговор на нынешнее положение с безработицей, бедностью среди детей и взрослого населения, а также на отношение к восточным немцам как к «людям второго сорта». Обычно это звучит так: «Есть куда более важные проблемы, по поводу которых стоит переживать»⁶⁶.

Авторов газетных публикаций остальгические шоу интересуют в первую очередь с профессиональной точки зрения. Они выступают довольно резко, и не только против того, как создатели программ обходятся с восточногерманскими гостями. От шоу ждут информации о нормальной повседневной жизни в ГДР. После программы ZDF прозвучал возмущенный вопрос: «Неужели ГДР была такой же убогой халтурой, как эти 90 минут?»⁶⁷ Автор другой рецензии не может «избавиться от впечатления, что ГДР была всего лишь дурной шуткой»⁶⁸. Еще одно мнение по поводу обращения к теме ГДР звучит так: «Предельно упрощенный, тупой образ безрадостного и затхлого “государства под властью Штази” в сочетании с убогими обывательскими штампами, представленными в духе “юморных” номеров... “Траби”, нудисты, солянка — все разом. Только обертка, ничего внутри»⁶⁹.

Итоги «остальгической» кампании

Дискуссия вокруг остальгических шоу, развернувшаяся в конце лета 2003 года, показала следующее. Во-первых, восточногерманское население

оценивало свое прошлое иначе, чем политическая элита. Почти во всех выступлениях представителей политического класса на первый план выдвигалась диктаторская система власти. Большая же часть населения, напротив, рассматривала ГДР вполне прагматично — с точки зрения возможностей и ограничений, возникавших на бытовом уровне. Эта структура возможностей и рисков сопоставлялась с повседневной жизнью после объединения Германии и с жизнью в Западной Германии в целом. При этом тоталитарная сущность системы, существовавшей в ГДР, не ставилась под сомнение, однако в этом контексте для многих ее бывших граждан не имела решающего значения. Во-вторых, в «остальгических» шоу была представлена и нормальная будничная жизнь. Именно потому, что часто речь шла о моде, стрижках и укладках, о поп-музыке и технике для ее воспроизведения, западногерманские зрители могли провести параллели с собственной жизнью. Восточные немцы уже выглядели не как подданные экзотического тоталитарного государства, а скорее как родственники со своими привычками и пристрастиями. В-третьих, надо отметить, что с помощью остальгических шоу телевидение наконец сделало то, чем на протяжении многих лет занимаются книжная отрасль и индустрия «светофорных человечков». И если «догонающее остальгирование» далось ему непросто, это говорит лишь о признании за ним высокого, почти официального статуса. К тому же вышеупомянутая сдержанная или разгромная критика остальгических шоу в восточногерманских региональных газетах свидетельствует и о возросших запросах на качество освещения темы ГДР в масс-медиа.

На излете волны остальгических шоу на телеканале MDR появилась викторина «Деликатесы»⁷⁰. В отличие от других викторин, вопросы здесь задавали исключительно о ГДР, а отвечали на них жители

«старых» федеральных земель. В этом шоу была полностью изменена тактика игры: западные немцы должны были ориентироваться в чуждой им культуре повседневности. Программа демонстрировала, как при ответах на самые банальные вопросы, когда местный житель только пожмет плечами и скажет: «Ну, это же известно», западногерманские гости терялись и путались, точно так же, как в 1990-е терялись восточные немцы, когда им приходилось осваивать традиции и правила западной культуры. В 2005 году эта викторина была заменена другой, где восточные и западные немцы отвечали на вопросы о событиях, произошедших на территории бывшей ГДР, «главным образом, за последние 15 лет».

Бизнес на воспоминаниях

Родоначальником хорошо известной сегодня «остальгической» индустрии был шваб. В 1995 году, когда Маркус Хекхаузен приехал из Южной Германии в Берлин, он обнаружил, что дела восточногерманского «ампельмана» идут плохо. На этот выразительный символ он обратил внимание еще во время своих визитов в Берлин в 1980-е. Хекхаузен понимал, что не может остановить процесс замены восточногерманских светофоров на западные. Он вспоминал: «Политикам пришлось очень кстати жалобы феминистских организаций на засилие мужских образов. Разумеется, новый европейский «ампельман» был абсолютно лишен признаков пола (*«Mann»* по-немецки — не только «человек», но и «мужчина». — *Прим. пер.*). Чем чаще на перекрестках мне встречались забавные восточные светофорные человечки, тем яснее становилась идея: я вытащу их с задворок дорожно-строительных мастерских, чтобы они продолжили свою жизнь в виде ламп в частных домах и квартирах⁷¹. Когда Хекхаузен поставил первые шесть ламп перед входом

в свой съемный дом, он получил мощную прессу. Первый шаг был успешным. Вместе со своей женой и коллегой, промышленным дизайнером Барбарой Понн он сделал «ампельмана» основой товарного знака их дизайнерской фирмы и, таким образом, открыл ему путь в большой мир. Спустя 20 лет после падения стены берлинская компания *Ampelmann GmbH* достигла оборота в 7 млн евро, насчитывает 80 сотрудников и продолжает развиваться⁷².

Еще одна история успеха, связанная с восточно-германскими продуктами, началась 1 июля 1999 года, когда была основана компания *OssiVersand.de*. Но здесь дело было, скорее, не в остальгии, а в устойчивых вкусовых пристрастиях людей, которые, сменив место работы, были вынуждены переехать в другую часть Германии. По рассказам основательниц фирмы, одна из их подруг «регулярно просила привезти ей в Ансбах (Бавария) шоколадные конфеты *Hallorengkugeln* и сосиски *Halberstädter Würstchen*, которые там купить было невозможно. Вот она — рыночная ниша,



С любезного разрешения и при поддержке AMPELMANN GmbH
With kind permission and support of AMPELMANN GmbH

«Светофорные человечки» в бизнесе. © AMPELMANN GmbH

подумали обе». Однако быстрый успех предприятия был все-таки связан с остальгией. Судя по запросам на сайте интернет-магазина (его каталог за день до открытия запрашивали 10 тысяч раз), список бестселлеров наряду с пищевыми продуктами из Восточной Германии возглавляли *Pittiplatsch* и другие мягкие игрушки времен ГДР⁷³. Уже следующим летом предприятие так разрослось, что основательницы сдались и продали его предпринимателю из Западной Германии. Через два года оборот интернет-магазина составлял уже более миллиона евро, а его потенциал новый собственник оценивает в 5—10 млн. От 80 до 90% его клиентов живут в «старых» землях. Это восточногерманские трудовые мигранты и их дети, которые не желают отказываться от привычных продуктов⁷⁴.

Помимо дизайнерских товаров из семейства «светофорных человечков» Хекхаузена существует огромный рынок (н)остальгической продукции, вся ценность которой заключается только в том, что они напоминают о ГДР. Появились сотни новых и переизданных книг, DVD, аудио- и видеозаписей, которые были либо созданы в ГДР, либо о ней рассказывают. О предпочтениях публики можно судить по ассортименту Лейпцигского детского издательства, издательств *Schwarzkopf & Schwarzkopf* или *Eulenspiegel*. Литературу, которую они предлагают, можно назвать ностальгической в хорошем смысле слова. Ведь многие детские книги и пластинки в ГДР можно было купить только из-под прилавка, а после валютной реформы появилась возможность наладить их производство и восполнить пробелы и дефициты. Некоторые издания, например «Большую книгу немецкой Народной полиции», изданную в 2006 году, можно назвать ностальгическими в просветительском смысле. Другие образцы продукции издательств показывают, что они ориентируются на читателей, которые не просто тоскуют по прошлому, а относят-

ся к собственной идентификации с ГДР достаточно иронично.

Настольные игры тоже входят в «остальгический» ассортимент. В качестве примера можно привести игру «Тот самый вкус», в которой представлены этикетки восточногерманских продуктов⁷⁵. Или игру для тренировки памяти «АТА», чья бледно-голубая упаковка по размеру, форме и цвету в точности повторяет одноименное гдээровское чистящее средство. Эта «настольная игра с 48 парами карточек и изображений из незабываемого времени» была выпущена компанией «Инкогнито», именовавшей себя «народным предприятием» (VEB) и при этом продававшей ее за 24 немецкие марки. В развивающей игре «По республике» («Durch die Republik»), выпущенной издательством *Eulenspiegel*, продвижение игроков по полю зависит от того, как они отвечают на 6000 вопросов о «политике, искусстве, спорте», а также от знания всевозможных подробностей жизни в ГДР — «от чистящего порошка *Ata* до шоколадной фабрики *Zetti*» (в порядке латинского алфавита — от А до Z. — *Прим. пер.*) и «от активиста до органов таможни (*Zollorgane*)».

Идею актуализировать воспоминания о ГДР при помощи настольной игры использовал и берлинский «Музей ГДР», созданный при поддержке Федерального фонда изучения диктатуры СЕПГ и земельного уполномоченного по архи-



Реклама Большой игры в издании Уленшпигель в ГДР, осенний каталог 2004, с. 16—17

вам Штази от Берлина и Саксонии. Музей использовал игру «Бюрократополия», которую физик и правозащитник Мартин Беттгер тайно создал еще в ГДР. Подобно «Монополии», в основе которой лежит модель капитализма, его «Бюрократополия» воспроизводила и критиковала модель ГДР. Теперь эта профессионально изданная игра ориентируется на школьную программу. Она снабжена раздаточными и методическими материалами и призвана помочь учащимся разобратся в истории ГДР⁷⁶.

Помимо книг, музыки, кино и игр о ГДР на «остальгическом» рынке есть и товары из Восточной Германии, имеющие практическую ценность, — пищевые продукты, предметы домашнего обихода, игрушки. Их ассортимент представлен в интернет-ресурсах «Магазинчик Остальгия-Осси»⁷⁷, «Универмаг Восточной Германии»⁷⁸, «Осси-лавка»⁷⁹, «Продукты из Восточной Германии»⁸⁰, «Восточногерманские товары почтой»⁸¹, «Ост-шоп — “остальгические” товары почтой»⁸² и, наконец, *Sonja PLASTIC*⁸³. Эти магазины являются профессиональными торговыми площадками, где наряду с торговлей происходят обмен информацией и коммуникация по поводу ГДР. Интернет-портал «Тот самый вкус» вообще отдает торговые функции на аутсорсинг⁸⁴.

Маркетологи пришли к выводу, что предприимчивые бизнесмены быстро попытаются присвоить бесхозные символы ГДР в качестве собственных брендов. И оказались правы. В апреле 2004 года состоялось судебное разбирательство по поводу некоего предпринимателя из Карлсруэ, решившего «приватизировать», т.е. зарегистрировать в реестре товарных знаков, право на использование в качестве собственной торговой марки герб ГДР, эмблемы Союза свободной немецкой молодежи, пионерской организации, а также спортивных организаций ГДР — Немецкого футбольного союза, Немецкого союза современного

пятиборья, армейского спортивного клуба «Форвертс» и еще нескольких футбольных клубов⁸⁵. В октябре 2004 года земельный суд Гамбурга снял запрет на использование этих символов другими лицами. Согласно мотивировочной части судебного решения герб пионерской организации ГДР на майке не выполняет функцию торговой марки, т.е. идентификационного знака производителя, а является «шутливым или политическим заявлением». Это художественный элемент, который ассоциируется не с производителем майки, а с тем, кто ее носит. «Обладатель такой майки может ощущать себя “юным пионером” в силу социальной неадаптированности, из желания устроить провокацию или потому, что из ностальгических чувств идеализирует ГДР», — заключил суд⁸⁶.

«Черно-белая картинка не бывает хорошей»

**Как разные поколения восточных немцев
относятся к осмыслению опыта ГДР**

Когда речь идет об остальгии и о «примирительной памяти», обращает на себя внимание несоответствие между публичными воспоминаниями о ГДР и личным опытом разных групп восточногерманского населения. Хотя все граждане ГДР жили при одной и той же диктатуре, повседневную жизнь они вспоминают по-разному и, соответственно, по-разному относятся к канону публичных воспоминаний о ГДР.

Индивидуальный опыт примерно четверти населения ГДР, не принимавшей режим — тех, кто подвергался преследованиям, и их родственников, тех, кто видел в ГДР прежде всего систему запретов и дефицитов, мешавшую самореализации, — во многом совпадает с каноном публичных воспоминаний⁸⁷.

Иначе обстоит дело с той половиной восточных немцев, которым в ГДР жилось неплохо, возможно, потому, что они мало знали о репрессиях или вовсе не интересовались политикой. И совсем иное отношение демонстрирует оставшаяся четверть, в которую входят приверженцы социализма — партийные и беспартийные, те, кто верили, что со сменой поколений в верхушке правящей партии ГДР станет достойной и жизнеспособной страной. Они, как правило, не принимают канон публичных воспоминаний. А те из них, для кого ГДР ассоциируется с личным жизненным успехом, те, кто поддерживали систему или даже были у власти, и подавно его отвергают.

Что дали 25 лет осмысления диктатуры СЕПГ восточным немцам, которые жили во времена ГДР, и тем, кто знает о ГДР лишь из рассказов старших поколе-

ний? Как воспринимают канон воспоминаний о ГДР разные возрастные группы? На этот счет уже есть достоверные научные данные, позволяющие увидеть две важные тенденции⁸⁸.

Первая выражается в том, что старшие поколения демонстрируют принципиально иное отношение к канону общественного осмысления опыта ГДР, чем их дети и внуки. Сталкиваясь с публичными воспоминаниями о тех временах, они зачастую «чувствуют себя уязвленными, высказываются очень эмоционально и решительно возражают против критического взгляда на ГДР и на их тогдашнюю жизнь. Они считают его неправильным и оскорбительным для всех, кто жил в ГДР»⁸⁹. Утверждение, что ГДР была диктатурой, почти всегда вызывает споры или желание представить тогдашнюю систему власти нормальной («Мы научились обходиться с ней как с нормальной» или «если приспособиться, в ГДР можно было жить хорошо»). Средние и особенно младшие поколения не ощущают, что публичное осмысление прошлого опыта касается их непосредственно. Для них характерны высказывания типа — «нельзя идеализировать ГДР, руководствуясь эмоциями». Они подходят к содержательной стороне изучения опыта ГДР аналитически и задаются вопросами о ее целях и последствиях. Например: «Осмысление ГДР служит политическому оправданию системы слежки»). Однако даже при таком подходе находятся аргументы, позволяющие усомниться в оценке ГДР как диктатуры.

Вторая тенденция состоит в том, что средние и юные поколения восточных немцев не ставят под сомнение свои личные воспоминания даже в том случае, если они позитивны и, таким образом, противоречат канону воспоминаний о ГДР.

Суть аргументов тех, кто возражает против определения ГДР как диктатуры, свидетельствует об ограниченности широко распространенных в обществе

представлений на этот счет. Главными критериями для определения режима как диктаторского принято считать не институциональное качество системы и отсутствие правовой защиты от произвола государства, а существование постоянного режима чрезвычайного положения и непрекращающиеся жестокие репрессии, связанные с большим количеством человеческих жертв, что точно не является личным опытом восточных немцев.

Старшее поколение восточных немцев не может принять публичных воспоминаний о ГДР (цит. по Мейен, 2013)

Примеры и аргументация

«Должны же быть люди, которые выросли в ГДР и последовательно избегают передач на эти темы. Как я (...) Мне просто не хочется. Даже если дочь и зять говорят, что это хорошая передача и ее надо посмотреть».

Женщина-архитектор (1942 г.р.)

«Еще мне не нравится, что СМИ делают с людьми, которые были в Штази. Конечно, нужно сказать, что она была плохой, Штази. Но чем они там занимаются? Да начни с того же Schlecker или Aldi. А они что делают?»

Секретарша (1942 г.р.)

«Строительство стены, падение стены, попытки побега, строительство туннеля, бла-бла-бла. Из каждого радиоприемника. Меня это по-настоящему достало. Что это выкапывают снова и снова. Сегодня мы этого уже изменить не можем. Мы можем только сделать что-то лучше. Нужно же хоть иногда смотреть вперед».

Сиделка (1972 г.р.)

Восточные немцы из младших поколений занимают более взвешенную позицию (цит. по Мейен 2013)

Примеры ответов на вопрос, нужно ли продолжать работу по осмыслению опыта ГДР

«Это наша история. Это как с мировыми войнами. Тоже необходимо. (...) Иначе мы бы об этом никогда не узнали».

Ассистентка из MDR (1972 г.р.)

«Это нужно».

Учительница начальной школы (1972 г.р.)

«Поэтому нужно продолжать. В известных пределах, разумеется. Не стоит заниматься только этим».

Банковская служащая (1972 г.р.)

«Так что я хочу знать, как все происходило. Репрессии, люди, которых они сажали в тюрьму. Я об этом вообще ничего не знала. У меня глаза на лоб лезут, когда я это вижу».

Продавщица (1962 г.р.)

«Нельзя останавливаться, напротив. Если соблюдать меру, это хорошо. Ведь это не одна только пропаганда. Показывают документальные свидетельства».

Инженер-строитель (1972 г.р.)

«В “старых” федеральных землях многие считают, что жизнь в ГДР понять очень просто. (...) Но это не так. Она была более многослойной, чем кажется на первый взгляд. Черно-белая картинка не бывает хорошей».

Врач (1962 г.р.)

Выводы и перспективы: остальгия и память о ГДР

Когда в 1990-е речь заходила об остальгии, под этим словом понимались самые разные явления. Поначалу его использовали только сторонние наблюдатели — для описания определенных умонастроений или практик новых граждан объединенной Германии. Никто не причислял себя к «остальгирующим» и не называл остальгией то, к чему сам имел отношение. Все изменилось в 1997 году, когда Ральф Хеккель прославился своими вечеринками для «осси», которые он назвал «остальгическими». Затем это слово начали использовать продавцы восточногерманских продуктов и дизайнерских товаров.

До этого момента остальгией было принято называть воспоминания о ГДР, шедшие вразрез с формировавшимся в то время каноном проработки социалистического прошлого. За исключением сторонних наблюдателей, которые относились к этому виду воспоминаний с интересом и симпатией, усматривая в них некую форму народного сопротивления публичному канону, к понятию «остальгия» обычно прибегали, если нужно было дать отпор оппонентам, которые якобы идеализировали и возвеличивали ГДР. Те, кто в прошлом выступали против диктатуры СЕПГ, подвергались политическим преследованиям, родные и близкие жертв и просто люди, помнившие ГДР как систему подавления, запретов, дефицита и отсутствия возможностей для самореализации, видели в этой игре с гэдээровскими символами и языковыми маркерами провокацию и оскорбление чувств. Западные немцы тоже заговорили об остальгии. Позитивное отношение к ГДР казалось им странным и неблагодарным. Многие из них полагали, что, чем «оплакивать ГДР», восточным немцам следовало бы

радоваться обретенной свободе, использовать открывшиеся после объединения возможности и так же, как западным во времена «экономического чуда», заняться «восстановлением страны».

Сегодня отстаивание тех или иных трактовок образа ГДР уже стало частью рутинной общественно-политической дискуссии. Каждый ее участник, будь то бундестаг, партия, околопартийный фонд, институция, занимающаяся осмыслением опыта ГДР или объединение жертв режима, предлагает гражданам свой подход как единственно верный. На этой историко-политической арене есть и такие игроки, которые хотят внедрить в общественное сознание представления о ГДР и переходном периоде, альтернативные преобладающим. Среди них встречаются и ученые, и дилетанты. Спектр их позиций, представленный в научной литературе, публицистике и на интернет-площадках, чрезвычайно широк — от апологии режима СЕПГ, отрицающей большую часть современных исследований, до левой критики ГДР и способа объединения Германии. В этом дискурсе понятие «ностальгия» и сегодня нередко используется как клеймо.

Но помимо этого есть и аполитичная ностальгия, ничем не отличающаяся от ностальгических воспоминаний тех, кто живет, например, в ФРГ. Политические конфликты не играют здесь никакой роли. Люди с умилением вспоминают свое прошлое, которое, в данном случае, связано с ГДР. Вспоминают свои успехи и преодоление трудностей, счастливые события в семейном и дружеском кругу, пытаются, по сути дела, оптимистически оценивать свой жизненный. Эту простую ностальгию обслуживают и производители восточногерманских товаров, и издательства, и телеканалы, транслирующие комедийные сериалы времен ГДР. Разумеется, есть у такой ностальгии и свои критики. Людям со стороны порой кажется

непонятным и непростительным, что многие из тех, кто жил в ГДР, были аполитичны и пытались, как могли, приспособиться к условиям режима, а после объединения совершенно не изменились.

Но есть в этой обычной истории про ностальгию, которую можно обнаружить в любом сообществе и любом поколении, одно уникальное явление — индустрия, связанная со «светофорным человечком». Удивительно, что спрос на дизайнерские и прочие предметы обихода, отсылающие к символам и языковым формулам времен социализма, так велик и устойчив. Судя по всему, индустрии «ампельмана» расцвела благодаря тому, что в 1990-е был задавлен определенный тип воспоминаний о ГДР. Постепенно функция этих товаров как аргумента в политических спорах об истории объединения Германии, отошла на второй план.

Но до сих пор «ампельман» или остальгические вечеринки разводят жителей Восточной Германии по разным полюсам. При этом группы, не принимающие эти феномены, принципиально отличаются друг от друга. Одни приходят в ужас от иронической переинтерпретации социалистических символов и цитат из времен ГДР, усматривая в ней легкомысленное отношение к сопротивлению и жертвам режима. Другие, бывшие гэдээровские функционеры или те, кто считают себя и свое поколение строителями нового мира, негодуют, что из их жизни делают посмешище, а проблемы, связанные с построением ГДР и социалистической утопией, не принимают всерьез.

С сегодняшней точки зрения остальгия образца 1990-х была важна по двум причинам. Во-первых, она породила дискуссию о разных способах жизни в ГДР. Начавшись на любительском уровне, в последние десятилетия эта дискуссия становится все более профессиональной и глубокой. И первым импульсом к ее развитию стала именно остальгия.

Во-вторых, с возникновением остальгии в ходе горячих споров обнаружилось, что в объединенной Германии есть восточное меньшинство, в культурном и идеологическом плане ориентированное иначе, чем западное большинство. Несколько поколений восточных немцев являются носителями уникального опыта существования в двух разных системах. С этим опытом приходится иметь дело и их потомкам.



Reudnitzer Terrassen
Oststr. 75-81 • ☎ 225 52 13

Samstag, 07.10.06 ab 20.00 Uhr

Grosse Ostrock-Disco

Musik von damals... von Karat, Puhdys, City u.v.a.

Eintritt: frei !!!

Bitte telefonisch Plätze reservieren !

Gäste im DDR-Outfit
(GST, FDJ, Kampfgruppen, Pioniere o.a.)
erhalten ein Freigetränk !!!

Архив Томаса Абэ

«Для гостей в гэдээровском прикиде напиток бесплатно» — приглашение на восточногерманскую вечеринку 7 октября, в бывший День республики. 2006 г.

Приложения

Диаграммы

Чего ждут от будущего восточные и западные немцы.

Вопрос: Что «непременно» или «возможно» произойдет в ближайшем будущем?..

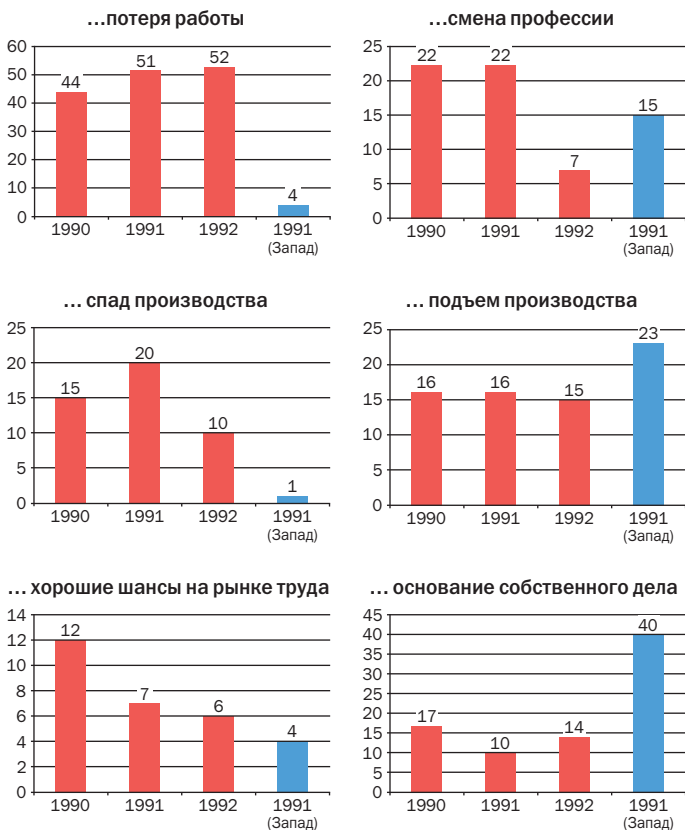


Диаграмма 1: Ожидания от будущего восточных немцев в сравнении с западными с 1990 по 1992 г.⁹⁰

**Восточные немцы на ключевых позициях
в объединенной Германии (1991/1992)
(данные в процентах)**



Диаграмма 2: Восточные немцы на ключевых позициях в объединенной Германии (1991/1992). Источник данных⁹¹

Сокращения: ФК, правительство — федеральный канцлер и канцелярия / БТ-Президиум — правительство, президиум бундестага / Партии — руководство партий и партийных фракций в бундестаге / Зам. министров фед. — заместители министров / Фед.суды — федеральные суды, главы конституционного и верховного судов / Пред.правительств НЗ — председатели правительств «новых» земель / Зам.министров в НЗ — заместители министров в «новых» землях / Пром. союзы — промышленные союзы / Профсоюзы — профсоюзы / Правления — правления акционерных обществ / Генералитет — высшие офицеры армии / СМИ — директора публично-правового телерадиовещания, главные редакторы главных межрегиональных еженедельных и ежедневных газет / Ученые — ученые.

Восточным немцем здесь считается тот, кто родился в ГДР до конца 1975 года и жил там до 1989-го.

**Восточные немцы на ключевых постах
в объединенной Германии (1994/1995)
(данные в процентах)**

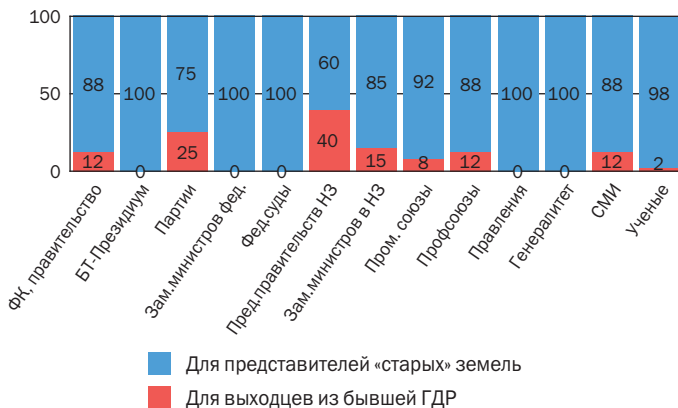


Диаграмма 3: Восточные немцы на ключевых постах в объединенной Германии (1994/1995). Источник данных⁹²

**Средний капитал домохозяйств с 1990 по 1994 год
(в тыс. немецких марок)**

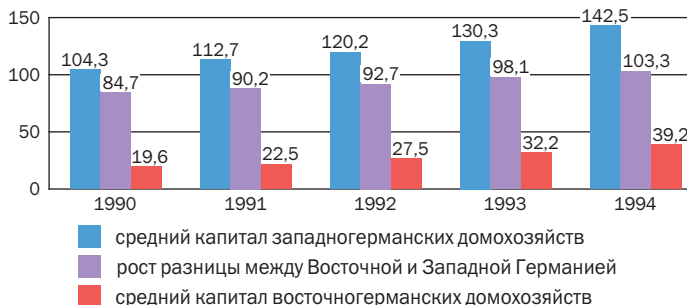


Диаграмма 4: Средний капитал домохозяйств. Источник: Немецкий федеральный банк, месячные отчеты, октябрь 1993 г. (с. 22) и май 1994 г. (с. 34)⁹³

Примечания

- 1 Noelle-Neumann, Elisabeth; Köcher, Renate (Hrsg.): Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie. 1984—1992 (Bd. 9). München / Allensbach: K.G. Saur / Verlag für Demoskopie, 1993, S. 486.
- 2 См.: Assmann, Aleida: Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik. München 2006. (Алейда Ассман. Длинная тень прошлого: мемориальная культура и историческая политика. М.: Новое литературное обозрение, 2014.)
- 3 Stadtverordnetenversammlung Leipzig, Drucksache Nr. 289, S. 19 und Beschluss der Leipziger Ratsversammlung vom 12. 07. 2000.
- 4 Stadt Leipzig, Amt für Statistik und Wahlen, Arbeitsgruppe „Straßen-Um- und Neubenennungen“ Protokoll zur Beratung der Arbeitsgruppe vom 01.12.1998.
- 5 Diskussion der Konzepte in Roesler, Jörg: Ostdeutsche Wirtschaft im Umbruch. 1970—2000. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2003, S. 58—63, sowie bei Rödder, Andreas: Deutschland einig Vaterland. Die Geschichte der Wiedervereinigung. München 2009, S. 212—215.
- 6 Rödder 2009, Deutschland einig Vaterland (Anm. 5), S. 209.
- 7 Sinn, Gerlinde; Sinn, Hans-Werner: Kaltstart. Volkswirtschaftliche Aspekte der deutschen Vereinigung. München: C. H. Beck/dtv 1993, S. 67.
- 8 Vertrag über die Schaffung einer Währungs-Wirtschafts- und Sozialunion zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Demokratischen Republik vom 18. Mai 1990. Zit. nach: Dokumente der Wiedervereinigung Deutschlands. Stuttgart: Alfred Kröner-Verlag 1991, hrsg v. Ingo von Münch, S. 213-276, hier S. 237.
- 9 Rödder 2009, Deutschland einig Vaterland (Anm. 5), S. 308.
- 10 Leipziger Tageblatt, 23. April 1991.

- 11 Ritter, Gerhard A.: Der Preis der deutschen Einheit. Die Wiedervereinigung und die Krise des Sozialstaates. München: C. H. Beck 2006, S. 135.
- 12 См. также: Roesler 2003, Ostdeutsche Wirtschaft im Umbruch. (Anm. 5) S. 66.
- 13 См.: Sinn/Sinn 1993, Kaltstart (Anm. 7) S. 34f.
- 14 Geißler, Rainer: Die Sozialstruktur Deutschlands. Zur gesellschaftlichen Entwicklung mit einer Zwischenbilanz zur Vereinigung. 2., neu bearbeitete Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, S. 245f.
- 15 Böick, Marcus: Die Treuhandanstalt. Erfurt: Landeszentrale für politische Bildung Thüringen 2015, S. 16.
- 16 См.: Rödder 2009, Deutschland einig Vaterland (Anm. 5), S. 304—306.
- 17 Böick 2015, Die Treuhandanstalt (Anm.15), S. 92.
- 18 Schmidt, Werner: Metamorphosen des Betriebskollektivs. Zur Transformation der Sozialordnung in ostdeutschen Betrieben. In: Soziale Welt, 46 (1995) H. 3, S. 305—325, hier S. 319.
- 19 Dreke, Claudia: Der fremde Osten. Formen der Verarbeitung von Fremdheit in der West-Ost-Migration nach 1990 am Beispiel von Verwaltungsangestellten. Berlin: Logos Verlag Berlin 2003, S. 144.
- 20 Wagner, Wolf: Kulturschock Deutschland. Der zweite Blick Hamburg: Rotbuch, 1999, S. 127.
- 21 Wagner, Wolf: Kulturschock Deutschland. Hamburg: Rotbuch, 1996, S. 145.
- 22 См.: Sinn/Sinn 1993, Kaltstart (Anm.7) S.128f., См. также: Roesler 2003, Ostdeutsche Wirtschaft im Umbruch. (Anm. 5) S. 66.
- 23 Daniel, Otto: Der Aufbau der Steuerfahndung. Die Verbrecher sind zuerst da. In: Thießen, Friedrich (Hrsg.): Die Wessis. Westdeutsche Führungskräfte beim Aufbau Ost. Köln: Böhlau 2009. S. 313–329, hier S. 314f.
- 24 Heß, Pamela: Geschichte als Politikum. Öffentliche und private Kontroversen um die Deutung der Vergangenheit.

- Baden-Baden: Nomos 2014, S. 96f.
- 25 Institut für Wirtschaftsforschung Halle: Eigentums und Vermögensstrukturen in den neuen Bundesländern. In: Bundestag, Deutscher (Hrsg.): Materialien der Enquete-kommission „Überwindung der Folgen der SED-Diktatur im Prozess der deutschen Einheit“. Vol. III/2. Baden-Baden: Nomos, 1999. 1792—1923, hier S. 1841, 1855f., 1861.
 - 26 Erklärung der Regierung der Bundesrepublik Deutschland und der Regierung der Deutschen Demokratischen Republik; Erklärung von Bundesminister Rudolf Seiters, Chef des Bundeskanzleramtes, vor der Pressekonferenz in Bonn am 2. Mai 1990, in: Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung vom 3. Mai 1990. См.: Görtemaker, Manfred, Gestaltung der Wiedervereinigung <http://www.bpb.de/izpb/10304/gestaltung-der-wiedervereinigung>.
 - 27 См.: Sinn/Sinn 1993, Kaltstart (Anm. 7) S. 87, см. также: die Berechnung und Argumentation von Busch, Ulrich: Vermögensdifferenzierung und Disparität der Lebensverhältnisse im vereinigten Deutschland. In: Berliner Debatte INITIAL (1996) H. 5, S. 103—119, hier S. 111.
 - 28 Neckel, Sieghard: Etablierte und Außenseiter und das vereinigte Deutschland. Eine rekonstruktive Prozessanalyse mit Elias und Simmel. In: Berliner Journal für Soziologie 7 (1997) H. 2, S. 205—15.
 - 29 Reinard, Julia; Schiller, Johannes: Die Rolle der Medien in der Wendezeit 1989/90. In: Machill, Marcel; Beiler, Markus; Gerstner, Johannes R. (Hrsg.): Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland. Konstanz: UVK 2010. S. 55—73, hier S. 61.
 - 30 Büssow, Robert; Kretzschmar, Constanze; Lohse, Stefan; Neupert, Maike: Zeitungen und Zeitschriften in Ostdeutschland. In: Machill/Beiler/Gerstner 2010, Medienfreiheit nach der Wende (Anm. 29) S. 125—188, hier S. 129—132.
 - 31 См.: Hoff, Inga; Holzschuh, Anne; Lewandowski, Victoria; Peters, Teresa: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Ost-

- deutschland. In: Machill/Beiler/ Gerstner 2010, Medienfreiheit nach der Wende (Anm. 29) S. 189—252, hier S. 196.
- 32 Pasternak, Peer: Wissenschaftsumbau. Der Austausch der Deutungseliten. In: Bahrmann, Hannes; Links, Christoph (Hgg.): Am Ziel vorbei. Die deutsche Einheit — Eine Zwischenbilanz. Berlin: Ch. Links Verlag 2005, 221—236, hier 224.
- 33 Sabrow, Martin: Die DDR erinnern. In: Sabrow, Martin (Hrsg.): Erinnerungsorte der DDR. München: C. H. Beck 2009. S. 11-27, hier S. 18f.
- 34 Noelle-Neumann, Elisabeth; Köcher, Renate (Hrsg.): Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie. 1984-1992 (Bd. 9). München / Allensbach: K.G. Saur / Verlag für Demoskopie, 1993, S. 486.
- 35 Gries, Rainer: Der Geschmack der Heimat. Bausteine zu einer Mentalitätsgeschichte der Ostprodukte nach der Wende. In: Deutschland Archiv, H. 10, 1994, S. 1041—1058, hier S. 1056.
- 36 Gries, Rainer: Produkte als Medien. Kulturgeschichte der Produktkommunikation in der Bundesrepublik und der DDR. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, 2003, S. 20—34.
- 37 Gries 1994, Der Geschmack der Heimat (Anm. 35), S. 1049, 1051.
- 38 Gries 2003, Produkte als Medien (Anm.36), S. 47f.
- 39 Leipziger Volkszeitung, 23. Juli 1999, S. 7; 28. Januar 2000, S. 6.
- 40 Ein Hotel für Hartgesottene. Im Zittauer „Haus des Ostens“ leben DDR-Zeiten wieder auf. In: Berliner Zeitung, 09./10.10. 1999, S. 101; Wagner, Helga: Falscher Honi, echte Satire. Den ganzen Plunder aus der Versenkung holen, sei nicht nur undankbar, sondern auch politisch fahrlässig, meinen die einen, die anderen verteidigen die DDR-Symbole als Teil ihrer Geschichte und Identität, die dritten machen mit Ostalgie einfach ein Geschäft. («Вытаскивать весь этот хлам на свет божий — не просто

- неблагодарность, но и политическая безответственность, думают одни; другие защищают символы ГДР как часть своей истории и идентичности; третьи просто делают на остальных бизнес»). In: Leipziger Volkszeitung, 12.05. 2000, Journal S. 1.
- 41 Rathenow, Lutz: Die DDR hinterlässt ihre Kinder. Zu Besuch im Hotel Sittavia in Zittau. In: Berliner Republik 2 / 2001.
- 42 Schmollack, Simone (Hrsg.): Damals nach der DDR. Geschichten von Abschied und Aufbruch. Aufgezeichnet von Simone Schmollack und Katrin Weber-Klüver Berlin: Aufbau, 2010, S. 257—261.
- 43 Ihden, Sven; Sabo, Fabian: Ost-Rausch. DDR für eine Nacht, Ed. Cine Impuls Leipzig, im Auftrag des MDR 1998.
- 44 Ost-Rausch. DDR für eine Nacht (Anm. 43).
- 45 Schmollack 2010, Damals nach der DDR (Anm. 42) S. 265.
- 46 Ost-Rausch. DDR für eine Nacht (Anm. 43).
- 47 Jan Peter, Damals nach der DDR. Teil 4 Sommer 1993—1995 Einheitsfrust und Einheitslust. Эфир ARD от 5 октября 2010, есть на DVD.
- 48 BILD Berlin 08.06.1992, zitiert nach Heckhausen 1997, Das Buch vom Ampelmännchen, (Anm. 49) S. 53.
- 49 Heckhausen, Markus (Hrsg.): Das Buch vom Ampelmännchen. Berlin: Eulenspiegel-Verlag, 1997, 58.
- 50 Mann mit Hut hat gesiegt. Bei neuen Ampeln ersetzen Ost-Ampelmännchen die West-Symbole. In: HNA (Hessische/Niedersächsische Allgemeine), 29.10. 2010, online.
- 51 Leipziger Volkszeitung, 10.11.1997, S. 4.
- 52 Anzeige aus der Leipziger Volkszeitung, 12.02.1998, S. 23.
- 53 См.: Leipziger Volkszeitung, 12.02.1998, S. 14.
- 54 Neues Deutschland, 14.04.1998, S. 5.
- 55 Leipziger Volkszeitung, 21.06.1999, S. 4.
- 56 www.grimme-institut.de/scripts/archiv/presseschau/prschau10_03.

- 57 Markus Meckel in BZ-Berlin, vom 17. August 2003, S. 23. Здесь также можно найти обзор негативных и позитивных высказываний восточногерманских знаменитостей по поводу шоу.
- 58 Rainer Eppelmann in BZ-Berlin, vom 17. August 2003, S. 23.
- 59 Neue Osnabrücker Zeitung, online, vom 18. August 2003.
- 60 Tobias Hollitzer in einem Statement für die Leipziger Volkszeitung, 18. August 2003.
- 61 Bernhardt Honnigfort „Seitenblick“, Frankfurter Rundschau vom 18. August 2003. Автор ссылается на данные медиаметрии о зрительских предпочтениях восточных немцев и на данные вещателей.
- 62 Badische Zeitung, online, 16. August 2003.
- 63 „Auferstanden aus den Quoten“ Neue Rhein/Ruhr-Zeitung, rz-online 18. 08. 2003, „Das große Ostalgie-Rauschen“, Stuttgarter Nachrichten, online 18. 08. 2003.
- 64 Michael Krechting, Neue Osnabrücker Zeitung, online, vom 18. August 2003.
- 65 Рубрика «Письма читателей», особенно в региональных газетах, представляет сбалансированную плюралистическую картину мнений по тому или иному поводу и не позволяет делать выводы о количественном соотношении разных мнений, а также о ценностных ориентирах и образцах аргументации.
- 66 Thüringer Landeszeitung, Politik, online, 09. u. 21. August 2003.
- 67 André Mielke, „Das putzige Land vor unserer Zeit,“ Berliner Morgenpost, 19. August 2003, online.
- 68 Christoph Schultheis, „Das Kuriositätenkabinett“, Berliner Zeitung 19.08. 2003.
- 69 Klaus Baschleben in einem Kommentar der Leipziger Volkszeitung vom 25. August 2003.
- 70 24 октября 2004 года MDR анонсировала продолжение викторины, но с ведущей Andrea Ballschuh.

- 71 Heckhausen, Markus: Ampelmännchen im zweiten Frühling. In: Heckhausen, Markus (Hrsg.): Das Buch vom Ampelmännchen. Berlin: Eulenspiegel-Verlag 1997. S. 52-57, hier S. 54.
- 72 Bergmann, Jens: Der Gerngesehene. Die Berliner Ampelmann GmbH lehrt zweierlei: Ein liebenswerter Kerl ist Gold wert. Und: In der DDR war doch nicht alles schlecht. In: brand eins (2010) H. 7, S. online.
- 73 Leipziger Volkszeitung, 02.07.1999, S. 6.
- 74 Wolff, Sebastian: Pittiplatsch und Jesuslatschen. Der Ossi-versand profitiert vom Geschäft mit der Ostalgie und wird von einem Wessi betrieben. In: Berliner Zeitung, 07./08.12. 2002, S. 28.
- 75 Fabian Tweder, Tobias Stregel: Kost the Ost. Das Etiketten-Quartett, bei dem Sie immer gute Karten haben. 46 Spielkarten, Eulenspiegel Verlag Berlin 1996.
- 76 См.: Plattform <http://www.buerokratopoly.de/>.
- 77 <http://allerlei-ostprodukte.de>.
- 78 <http://www.kaufhalle-des-ostens.de/index1.php?view=home&sid=f3fd69ab5dc11a0ef00228346c804ab4>.
- 79 <http://www.ossiladen.de/shopping/index.php>.
- 80 <http://www.ostprodukteverkauf.de>.
- 81 <http://www.ostprodukte-versand.de/>.
- 82 http://www.mondosarts.de/shop/page/1?sessid=AZJnI-DXRp0G1Gaf57xFvXWUEJz4LVhuOnxioXWeK6Ut04SqmsEPNGJxmsYsfgwP8&shop_param=.
- 83 http://www.sonja-plastic.de/site-assistent/cms-admin/user/index.php?page_id=2.
- 84 <http://www.kost-the-ost.de/index.php>.
- 85 См.: Markennummer 303 34 503. Ein Karlsruher Geschäftsmann hat sich die DDR lizenzieren lassen und will jetzt abkassieren. In: Neues Deutschland, 20. April 2004, S. 3.
- 86 Zit. nach Neues Deutschland, 7. Oktober 2004, S. 3.

- 87 Holtmann, Everhard; Gabriel, Oscar W.; Maier, Jürgen; Maier, Michaela; Jaeck, Tobias; Leidecker, Melanie: Deutschland 2014. 25 Jahre Friedliche Revolution und Deutsche Einheit — Ergebnisse eines Forschungsprojekts. Abschlussbericht, hrsg. v. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 2015, S 80-85. ([http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/ Publikationen/Studien/deutschland-2014-25-jahre-friedliche-revolution-und-deutsche-einheit,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf](http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Studien/deutschland-2014-25-jahre-friedliche-revolution-und-deutsche-einheit,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf)).
- 88 Heß 2014, Geschichte als Politikum, (Anm. 24) S. 147ff., S. 191, Meyen, Michael: „Wir haben freier gelebt“. Die DDR im kollektiven Gedächtnis der Deutschen. Bielefeld: Transcript Verlag 2013, S. 179—195, Holtmann u.a. (Anm. 87), Everhard; Holtmann, Everhard; Jaeck, Tobias: Was denkt und meint das Volk? Deutschland im dritten Jahrzehnt der Einheit. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (2015) H. 33-34, 10. August, S. 44. (<http://www.bpb.de/apuz/210548/was-denkt-und-meint-das-volk-deutschlandim-dritten-jahrzehnt-der-einheit?p=all>).
- 89 Heß 2014, Geschichte als Politikum, (Anm. 24) S. 147ff., S. 191.
- 90 Schramm, Florian: Arbeitslosigkeit in Ostdeutschland: Wie betroffen sind die Nichtbetroffenen? In: Nickel, Hildegard Maria; Kühl, Jürgen (Hrsg.) Erwerbsarbeit im Umbruch. Berlin 1994, S. 55—74, S. 60.
- 91 Zusammenfassung mehrerer Elite-Studien bei Kollmorgen, Raj: Aus dem Osten an die Spitze? Ostdeutsche in den bundesdeutschen Eliten nach fünfundzwanzig Jahren Vereinigungsprozess. In: Berliner Debatte INITIAL 26 (2015) H. 2, S. 17—33 sowie eigene Recherchen.
- 92 См. прим. 91.

— Об авторе

Томас Абэ родился в 1958 году. В 1981—1986 гг. изучал философию, экономику и социологию в университете им. Карла Маркса в Лейпциге. В 1992-м защитил кандидатскую диссертацию. С 1992 по 1998 год работал в проекте Немецкого научно-исследовательского общества «Формирование идентичности у молодежи» в университетах Мюнхена и Лейпцига. С 1998 года занимался различными исследованиями, в частности с 2005 по 2008 год — проектом «Восточногерманские дискурсы» в Институте истории Венского университета. С 2008 года фрилансер.

Интернет-магазин
sotsium.ru
Либерализм и его критики

Книги издательств

«Социум» • ИРИСЭН

«Мысль» • «Дело»

Издательство Института Гайдара

Издательство Высшей школы экономики

Издательство Европейского университета
в Санкт-Петербурге

Томас Абэ

ОСТАЛЬГИЯ

ОПЫТ ВОСТОЧНЫХ НЕМЦЕВ
ПОСЛЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ ГЕРМАНИИ

Подписано в печать 9.05.2017. Формат 84×108/32.
Объем 5,88 усл. печ. л.