

Швейцарские социологи уверены, что в стране - плохая журналистика | La baisse de qualité des médias pèse sur la démocratie suisse

Auteur: Людмила Клот, [Цюрих](#) , 16.08.2010.



Социолог Курт Имхоф известен своим критическими взглядами на СМИ (© NZZ.ch)

По мнению исследователей из фонда «Открытость и общество», средства массовой информации вносят вклад в формирование демократического общества, а уровень журналистики напрямую влияет на качество демократии.

|

Alors que le bon fonctionnement de la démocratie helvétique dépend entre autres de la qualité des médias, cette dernière est en forte baisse, selon des chercheurs zurichois. Principales causes: la crise économique ainsi que l'explosion des journaux gratuits et des sites Internet.

La baisse de qualité des médias pèse sur la démocratie suisse

Отчет «Качество средств массовой информации в Швейцарии» («Qualité des médias - Schweiz Suisse Svizzera») был подготовлен впервые, его содержание было обнародовано 13 августа на пресс-конференции в Берне. Финансировал исследование общественно-полезный фонд «Открытость и общество» («Öffentlichkeit und Gesellschaft») при Университете Цюриха.

«В Швейцарии существует сильная журналистская школа, в особенности, благодаря многоязычности, но нехватка финансовых ресурсов приводит к тому, что газеты и журналы, основные гаранты качества журналистики, теряют своих подписчиков», - такой вывод делает один из инициаторов работы, известный социолог Курт Имхоф.

По его мнению, сегодня швейцарские СМИ находятся в процессе фундаментальной трансформации: переход от традиционной печатной продукции к эпохе бесплатных газет и информационных интернет-сайтов привел к финансовым проблемам и к тому, что пострадало качество швейцарской журналистики. Гигантский рынок интернет-изданий и бесплатных газет заставляет читателей забыть о том, что профессиональная журналистика должна иметь свою цену.

«Выводы пессимистические, очень пессимистические», - так прокомментировал результаты исследования Освальд Сигг, бывший пресс-секретарь Федерального Совета и член Совета фонда "Открытость и общество", для Радио Романдской Швейцарии. «Раньше говорили, что то, что дается бесплатно, многого не стоит, и похоже, это именно тот случай».

Общая ситуация на рынке СМИ Швейцарии изучалась с помощью анализа 137 средств массовой информации, выпускаемых в 2009 году во всех трех лингвистических регионах страны. На втором, более глубоком уровне исследования, социологи проанализировали содержание 46 изданий, наиболее важных в своей категории: печатные СМИ, радио, телевидение и интернет-издания.

Они пришли к выводу, что за последние годы швейцарские СМИ достигли большого мастерства в освещении событий в стране и подробно рассказывают обо всех интересных и актуальных событиях швейцарской жизни. Но так ли хорошо, когда региональная информация превалирует над международной? По мнению авторов исследования, «журналистская традиция внимательно наблюдать за событиями в мире значительно ослабла во всех трех языковых регионах».

Парадоксальным образом, наиболее интересные репортажи на международные темы можно прочесть в региональных газетах или услышать на локальных радиостанциях. А вот бесплатные газеты и новостные сайты, и частные радиостанции, а все чаще - и многие «классические» подписные газеты ограничиваются цитированием новостных агентств.

Читатели, осваивая эту разрозненную и часто неполную информацию, не могут составить для себя настоящую картину мира. Все, что находится за пределами Швейцарии, воспринимается ими как калейдоскоп катастроф, войн, скандалов или курьезных фактов. Региональные журналисты, отбирая темы для освещения событий в мире, не могут удержаться от соблазна, явно передозируя новости из личной жизни известных людей и из мира спорта.

Что касается глубины проникновения в материал и способности анализировать, то здесь швейцарская журналистика удостоилась очень плохих оценок. Дискуссии по острым вопросам в СМИ часто уходят от содержания проблемы, сосредотачиваясь на форме и деталях (таких, как стиль речи или нарушение общественных табу).

В качестве примера просто катастрофической медиа-кампании Курт Имхоф приводит освещение референдума о запрете строительства в Швейцарии минаретов осенью 2009 года. Удивительно, но швейцарская пресса посвятила $\frac{3}{4}$ всех публикаций на эту тему мнениям «за» минареты и против запрета на их строительство. И лишь $\frac{1}{4}$ статей и телепередач отражали мнения противников минаретов. Тогда как в реальности результаты голосования показали, что цифры эти нужно развернуть строго наоборот: три четверти населения высказались за запрет на строительство минаретов. Причиной же неадекватного поведения СМИ было желание отразить мнение парламента и правительства, - полагают авторы исследования (впрочем, на наш взгляд, почему бы большинству журналистов не разделять самим демократическое мнение о том, что нужно уважать все религии?).

В момент, предшествующий началу мирового финансового кризиса, швейцарские СМИ недостаточно активно освещали международные события, концентрируясь на национальных и региональных сюжетах. Кризис был «замечен» журналистами очень поздно, лишь во второй половине 2007 года, и с этого момента пошла настоящая лавина достаточно поверхностных публикаций экономического характера. За «катастрофическими» статьями быстро последовали новости о возвращении положительной динамики на финансовом рынке, активно публиковались квартальные и годовые отчеты банков и предприятий, из которых следовало, что кризис проходит. Это отвлекло внимание читателей от того, что фундаментальные проблемы не были разрешены.

По мнению команды Имхофа, это является следствием того, что с середины 1990-х годов в центре внимания журналистов находится не общество и экономика в целом, но выгода индивидуума и отдельных предприятий, их успехи или личная жизнь их директоров. Экономическая журналистика ограничивается сообщениями о том, как завершился триместр, потеряв из вида картину развития той или иной отрасли за долгий период времени.

Цель исследования можно назвать политической: авторы призывают "усилить чувство ответственности за качество СМИ". Пресса – источник получения информации для тех, кто работает в области связей с общественностью, экономических и политических деятелей, ученых и всех, кто стремится больше знать о том, что происходит в мире. От того, как именно информация передается через СМИ, зависит качество демократии. Полностью с результатами исследования можно ознакомиться на сайте www.qualitaet-der-medien.ch.

С сожалением цюрихские социологи констатируют, что в будущем популярность интернет-журналов и газет, а также бесплатной прессы будет лишь возрастать, причем не только по отношению к традиционным печатным изданиям, но и обгонит по своей востребованности радио и телевидение. Причина в том, что молодые читатели, возрастом от 15 до 34 лет, уже выросли и сформировались, привыкнув получать информацию из этих источников.

Впрочем, кажется, швейцарские исследователи не отдают себе отчета, что

журналистика родилась задолго до книгопечатания, а значит, не стоит удивляться и той энергии, с которой она стремится сегодня ускользнуть от переноса на бумажные носители, или говорить о кризисе жанра.

...Вспомним, что на заре истории журналистики в Европе, в 14-15 веках, еще до начала эпохи книгопечатания, газеты, если их можно так назвать, представляли собой рукописные листы, призванные утолить информационный голод и "ходившие" вместе с их авторами по деревням и городкам. Журналист, он же редактор той эпохи, зачитывал на центральной площади свою информационную подборку: например, про то, что в соседнем городе повесили ведьму, а правитель распорядился повысить налоги. Если новости казались интересными, публика бросала ему пару медяков, и «журналист» отправлялся дальше своей тернистой дорогой, ища новые интересные факты. Затем в крупных торговых центрах стали появляться уже более серьезные информационные листки, сообщавшие о проведении ярмарок, о ценах на зерно и инструменты, о прибытии товаров в порт. Само международное слово «газета» произошло от названия мелкой монеты, чеканившейся в Венеции (gazzetta), которую читатели платили за такой информационный листок.

Были и бесплатные издания – далекие от демократии, но представлявшие не меньшую ценность. В свое время на посту епископа Женевы даже был человек, которого называли первым журналистом (и профессиональным покровителем людей этой профессии): святой [Франциск Сальский](#) (1567-1622) блестяще владел пером и по ночам писал листовки-проповеди, похожие на статьи, а днем обходил городки Верхней Савойи, раскладывая их у дверей домов, в лавках и на рыночных площадях.

Мы же охотно предлагаем читателям высказать свое мнение о современной журналистике и роли прессы, а также поделиться тем, публикации на какие темы были бы наиболее интересны.

[университет Цюриха](#)

[пресса](#)

[журналистика](#)

Статьи по теме

[Ханс Генрих Конинкс: «Мы очень мало знаем Россию и русских»](#)

[Миллионные убытки для Edipresse](#)

[Швейцария останется без «Новостей»](#)

[Кто в Швейцарии делает новости?](#)

[В кризис люди больше читают и думают](#)

[История Святого Франсуа, журналиста, ставшего епископом Женевы](#)

Source URL: <https://dev.nashagazeta.ch/node/10327>