

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ.М.В.ЛОМОНОСОВА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

КАФЕДРА НОВЫХ МЕДИА И ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИЙ

**«События последних лет в медиасфере
Швейцарии на основе материалов онлайн издания
«Наша Газета»**

Выполнила

Студентка 5 курса 501 группы д/о

Широкова Мария

Преподаватель: Засурский И.И.

Москва 2014

Для того чтобы выявить и проследить основные события и тенденции, господствующие в медиапространстве Швейцарии, я проанализировала 17 публикаций на сайте онлайн издания «Наша газета». Изученные мной материалы охватывают период с 2009 по 2013 гг. и найдены на сайте по запросу «средства массовой информации». При этом 65% из них относятся к 2011-2013 гг. и наиболее актуальны для моего исследования; остальные 35% опубликованы в 2009-2010 гг. и имеют значение вспомогательных, ознакомительных материалов. После изучения всех публикаций нетрудно тематически сгруппировать их в 5 основных блоков, характеризующих современное медиапространство Швейцарии: исследования и активная научная деятельность, объектом которой стали масс-медиа; языковой вопрос в контексте СМИ; киберпространство, интернет, новые технологии и их влияние на СМИ; важные и интересные события в сфере масс-медиа; а также другие темы, связанные с профессиональной деятельностью журналистов. Далее я поочередно освещу каждый из названных пяти пунктов.

С 2010 г. проблема качества СМИ стала в Швейцарии объектом ежегодного исследования. «Оценкой работы СМИ в Швейцарии занимается Институт исследования социальных проблем при Университете Цюриха, возглавляемый Куртом Имхофом. Исследования регулярно проводятся на базе 46 самых крупных СМИ всех категорий (печатная пресса, радио, телевидение, интернет) в трех языковых регионах (немецком, французском и итальянском). Критерии оценки качества информации следующие: актуальность, интерес для читающей публики, контекст, а также профессионализм, который включает в себя прозрачность и подбор источников информации. Дается также оценка информационных программ и сюжетов, привлекающих внимание СМИ. Результаты этого исследования публикуются в издании «Les Annales»¹. Как отмечает русско-швейцарский портал, год за годом эксперты приходят к «неутешительным выводам». «Швейцарские социологи уверены, что в стране – плохая журналистика» - гласит заголовок одного из материалов. Исследователи отметили ряд негативных тенденций, проявившихся в СМИ в течение последнего десятилетия. Освещение действительности журналистами стало более поверхностным. Кроме того, количество фоновой информации, которая позволяет понять последствия политического решения или общественных дебатов, резко уменьшилось. А причин тому несколько.

Во-первых, рост числа массовых СМИ по сравнению с качественными ощутимо ударяет по последним. «Бесплатные газеты и информационные

1 nashagazeta.ch

порталы в интернете подталкивают к более эпизодическому и субъективному освещению действительности», - комментирует глава исследователей Курт Имхоф. Кроме того, намечающийся отток аудитории от традиционной печатной продукции в сторону бесплатных газет и информационных интернет-сайтов провоцирует финансовые трудности для редакций качественных СМИ. «Гигантский рынок интернет изданий и бесплатных газет заставляет читателей забыть о том, что профессиональная журналистика должна иметь свою цену»².

Во-вторых, печатные издания испытывают на себе последствия уменьшения доходов от рекламы, которую отвоевывает у них интернет и телевидение. По данным еженедельной газеты «Le Matin Dimanche», за последние десять лет количество «рекламных денег», поступающих в редакции печатных СМИ, сократилось на треть.

В-третьих, вследствие обозначенных выше финансовых трудностей многие региональные и местные издания вынуждены сокращать свой штат. В то же время, искусственно сжатый коллектив не может выполнять свою работу на необходимом уровне и обеспечивать надлежащее качество материалов. Существуют и другие промахи в политике редакций. Объединение редакций электронной и бумажной версий в одном помещении, «newsgoom», считается негативной тенденцией. Помимо этого, руководство газет предпочитает принимать на работу неспециализированных журналистов, а не журналистов, специализирующихся в определенной области. Это отрицательно сказывается на глубине проникновения сотрудников в тему. «Дискуссии по острым вопросам в СМИ часто уходят от содержания проблемы, сосредотачиваясь на форме и деталях (таких, как стиль речи или нарушение общественных табу)»³.

Положительной оценки в рамках проведенного исследования удостоилось мастерство швейцарских СМИ, с которым они освещают события внутри страны, обязательно затрагивая все актуальные и интересные происшествия швейцарской жизни. Тем не менее, преобладание региональной информации над международной вызывает сомнения и опасения. По мнению авторов исследования, «журналистская традиция внимательно наблюдать за событиями в мире значительно ослабла во всех трех языковых регионах». В швейцарской журналистике имеет место парадокс: все более-менее интересные репортажи с международной проблематикой перекочевали в региональные газеты и эфиры локальных радиостанций. А вот

² nashagazeta.ch

³ Там же.

«классические» газеты, распространяющиеся по подписке, частные радиостанции, бесплатные газеты и сайты новостей довольствуются цитированием информагентств. Как результат нехватки аналитики, читатель теряет способность адекватно ориентироваться в событиях за рубежом, которые ему видятся калейдоскопом войн и катастроф, скандалов и курьезных фактов.

В целом, по результатам исследований эксперты диагностировали наметившееся с середины 1990-х годов смещение «центра тяжести» (то бишь внимания) журналистики с общества и экономики на личную выгоду индивидуумов и коммерческих предприятий, их успехи или частную жизнь их руководителей. «СМИ, работающие в Швейцарии, обычно представляют интересы конкретных групп и объединений, - говорится в исследовании. – Поэтому большая часть информации носит субъективный характер, отражая только одну сторону ситуации. Задача государства заключается в том, чтобы обеспечить СМИ средствами, необходимыми для создания условий независимой работы»⁴. Тем же предлагается заняться и частным лицам, гражданам, чье недоверие к СМИ, кстати, весьма велико. По результатам другого исследования, «Барометр мировой коррупции 2013», произведенного неправительственной организацией Transparency International, швейцарцы ставят СМИ на второе место по коррумпированности, сразу после политических партий.

При этом ученые Цюрихского университета призывают инвестировать именно в online-издания, которые считают наиболее перспективными. Очевидно, что стремительный рост новых технологий позволяет электронным СМИ наращивать свой потенциал. «А если вспомнить, что Apple, Google, Samsung ведут постоянную технологическую войну за покупателя новых планшетов и телефонов, то возникает серьезное подозрение, что в скором времени большая часть печатной продукции будет издаваться только в электронном виде»⁵, - подчеркивают ученые. К тому же, по наблюдениям исследователей, самую «богатую и разнообразную информацию» читатель может получить именно из онлайн-версий газет. Невероятно, но факт: заплатив за подписку на электронную версию сумму, значительно меньшую, чем он бы потратил на покупку бумажной версии издания, читатель получает доступ к большему объему информации. По средствам грамотных и долгосрочных инвестиций можно избежать неконтролируемого перекоса от качественной прессы в сторону массовой и

4 nashagazeta.ch

5 Там же.

подготовить основательную платформу для средств массовой информации ближайшего будущего.

Завершая разговор о научных исследованиях как сравнительно недавно активизировавшемся явлении в швейцарском медиапространстве, стоит упомянуть еще один любопытный факт. Швейцарские ученые с тревогой говорят о нехватке женщин в сфере СМИ. Исследователи подсчитали, что в среднем в мировой практике средства массовой информации демонстрируют только 24% женских фигур, остальные 76% мужские. Также, по статистике, лишь 37% всех поступающих в СМИ материалов созданы женщинами. В Швейцарии данные показатели еще ниже: только 22% женских образов и 34% сделанных женщинами публикаций и программ. Причем, речь идет не только о женщинах-журналистах, но и о персонажах и экспертах, фигурирующих в журналистском материале. «В швейцарской журналистской практике к опросу женщин часто прибегают, чтобы показать мнение большинства по тому или иному банальному сюжету, и крайне редко приглашают их высказаться в качестве экспертов или представителей власти... При этом женские портреты преобладают в новостных сюжетах, связанных с искусством (55%), отдыхом и развлечениями (38%), в новостях образования и воспитания детей, но в экономических рубриках лишь 10% цитируемых имен – женские»⁶, - гласят подсчеты специалистов. Из приведенных данных швейцарские эксперты делают вывод о половом неравенстве, которое до сих пор не может быть преодолено в их стране.

Не менее острой и обсуждаемой в медиаиндустрии стала проблема языков вещания и медиаконтента. Как известно, в Швейцарии существует 4 законодательно закрепленных официальных языка: французский, немецкий, итальянский и не английский, как думают многие, а ретороманский. Правда, последний считается официальным только для его немногочисленных носителей в контексте их общения с властями и деловой переписки. В разных кантонах говорят на разных языках, поэтому естественно, что стрессовые ситуации в сфере коммуникации неизбежны. Особенно злободневным в последнее время оказался вопрос диалектов ретороманского языка и швейцарского немецкого, а также языковых меньшинств, которые являются их носителями. Власти пытаются создать для таких людей зоны комфорта в сфере обучения и СМИ, однако зачастую государство и его граждане по-разному представляют себе, что есть благо.

Такова ситуация с ретороманскими диалектами и официальным литературным языком романш гришун. Дело в том, что ретороманский долгое

⁶ nashagazeta.ch

время существовал в виде диалектов-идиом, распространенных в пяти отдельных регионах кантона Граубюнден. По факту, каждый регион говорил на своем собственном языке до 1982 г., пока профессор Цюрихского Университета Х. Шмидт не изобрел стандартизированную форму ретороманского языка, объединив три из пяти существующих диалектов в единый для всех литературный язык «романш гришун». Именно этот язык в 1996 г. занял почетное место среди четырех государственных языков Швейцарии.

Проблема заключается в привязанности каждой деревушки именно к своему диалекту. Из-за этого большая часть носителей враждебно относятся к унифицированному романш гришуну, полагая господство этого «искусственного» языка угрозой своему «естественному» диалекту. Поэтому многие из них противятся введению романш гришуна в обязательную школьную программу, а средства массовой информации на этом языке существуют, что называется, «под капельницей». Романши сумели обзавестись собственным информационным агентством, *Agentura de Novitads Rumantscha*, ежедневной газетой «*Quotidiana*», которая появилась на свет в 1997 г., своей теле-радио-вещательной компанией RTR – *Radio u Televisiun Rumantscha*. Примечательно, что главный офис RTR находится на территории немецкоязычного (!) региона Квар, что связано с необходимостью признания его всеми пятью романшскими регионами (если бы офис располагался на территории одного из них, другие четыре не признавали бы это СМИ). Кроме того известно, что телеканал RTR не в состоянии обеспечить свое независимое вещание с финансовой стороны. Свои передачи на ретороманском языке телеканал вынужден вставлять в сетку вещания немецкоязычного телеканала SF. Как бы там ни было, исследования показали 5-ти процентный прирост аудитории RTR за последнее время. «Без сомнения, именно средства массовой информации играют важнейшую роль в распространении и повышении популярности романш-гришуна»⁷.

Швейцарский немецкий также стал центром дискуссий, вынесенных на конференцию ассоциации *Forum Helveticum*, посвященную преодолению антагонизма между швейцарским вариантом немецкого и общепринятым немецким языком. *Forum Helveticum* – это экспертная площадка, специализирующаяся на языковом и культурном взаимопонимании и проводящая основательную работу по своему профилю в политической, культурной, религиозной, экономической и гражданской сферах. По результатам совещаний специалисты центра установили, что «важность разнообразия и жизнеспособности швейцарского варианта немецкого

⁷ nashagazeta.ch

очевидна в плане культурного богатства, однако знание литературного немецкого языка мгновенно открывает двери во все немецкоязычное пространство»⁸. В частности, в заседаниях конференции принимала участие телерадиокомпания SSR, которой, как и прочим СМИ, рекомендовали «выпускать программы как на швейцарском диалекте, так и на языке Гете».

В целом, Швейцария создает позитивное впечатление по поводу управления ее языковым многообразием. Если языковые проблемы так широко обсуждаются и освещаются в СМИ, то рано или поздно они будут гармонизированы.

Вопросы безопасности в киберпространстве и управления современными информационными технологиями вызывает обоснованную заинтересованность государства, общества и, разумеется, средств массовой информации в последние несколько лет. В 2012 г. Женева стала площадкой для проведения конференции на эту тему. На ней были отмечены основные черты, присущие нынешнему развитию ИТ. «Взрывообразный рост физических устройств, через которые осуществляется коммуникация наряду с увеличением количества и спектра каналов коммуникации на физическом уровне дал нам мобильную революцию в интернете, оттеснив ПК на второй план»⁹. Этой революции способствуют и рост количества сетевых адресов до практически неисчерпаемого уровня, расширение и либерализация правил регистрации доменов верхнего уровня (принадлежащие корпорациям, общественным объединениям и частным лицам, такие как майкрософт и фэйсбук), при этом полное отсутствие регулирования социальных сетей. Оптимальным вариантом стабилизации сложившейся ситуации специалисты считают модель мультистейкхолдеризма – или управления усилиями многих заинтересованных участников. В традиционную мультистейкхолдеристскую модель включаются три субъекта – правительство, частный сектор и гражданское общество. Однако сегодня к этой композиции все чаще добавляется четвертый субъект – сообщество технических и теоретических экспертов в области интернета. Суть модели – «равное и одинаково приоритетное участие всех заинтересованных сторон в выработке подходов к тому или иному аспекту управления интернетом и безопасности киберпространства»¹⁰. В состав субъекта гражданского общества, очевидно, включены и СМИ как один из его неперенных компонентов.

Один из шагов в направлении такой «регуляции» уже предпринят. Летом

8 nashgazeta.ch

9 Там же.

10 Там же.

2012 г. по поручению министра юстиции и полиции Швейцарии была создана рабочая группа AGUR12, состоящая из режиссеров, музыкантов и писателей. Цель ее работы – найти новые приемлемые решения по борьбе с нелегальными скачиваниями из интернета, при условии того, что «уголовное преследование конечных пользователей, предусмотренное законодательством отдельных стран, не входит в перечень доступных средств»¹¹. Известно, что сотрудники AGUR12 уже выступили с инициативой о блокировке сайтов, предоставляющих доступ к пиратскому контенту. По их мнению, доступ к «явно нелегальным» сайтам должен быть заблокирован, в то время как на «более честных» платформах рациональнее разместить предупреждение о том, что скачивать контент, которое защищено авторским правом, незаконно. Однако данному предложению предстоит выдержать серьезное обсуждение: в то время как некоторые депутаты требуют приравнять незаконные скачивания к краже и налагать за их совершение штраф, интернет-провайдеры и рядовые пользователи считают даже более мягкие меры ущемлением своих прав.

Еще одним интересным происшествием для СМИ, связанным с интернет-средой, явилось новое программное обеспечение, закупленное правительственным агентством Швейцарии Presence Suisse. С его помощью можно за считанные секунды узнать, что пишет иностранная пресса о Швейцарии. Анализ «швейцарских» сюжетов в зарубежных СМИ планируется каждую неделю передавать в Министерство иностранных дел Конфедерации. Целью такого мониторинга станет улучшение имиджа Швейцарии на международной информационной арене. Немаловажна для швейцарской стороны и популяризация образа их государства, ведь, как показывает практика, «о Швейцарии в мире пишут и говорят мало». Недавно новая программа позволила определить «швейцарские» темы, которые наиболее часто попадают в объектив иностранных журналистов. В 41% случаев освещаются экономические и финансовые вопросы, затем судебная и криминальная тематика, политика, спорт. На последнем месте оказалась культура Швейцарии, на которую приходится всего 3% материалов. «Кажется, по части культуры швейцарцев не особенно высоко жалуется иностранная пресса»¹². Помимо вышеупомянутого, планируется проводить своеобразную «работу над ошибками». «Благодаря этой системе мы сможем пригласить в Швейцарию тех журналистов, которые особо негативно освещают тот или иной аспект нашей жизни, чтобы познакомить его, скажем,

11 nashagazeta.ch

12 Там же.

с банкиром, политиком или специалистом какой-либо области» - говорит шеф Presence Suisse. Что ж, если это правда, то воспользоваться такой возможностью захотели бы многие.

Вопрос интернета и новых информационных технологий не только выдвигается в Швейцарии на первый план, но и активно принимается на вооружение.

Теперь рассмотрим ряд интересных и важных событий в сфере СМИ, которые на практике подтверждают озвученные нами ранее и некоторые другие тенденции, господствующие в медиасфере Швейцарии. А именно:

- Крах на рынке рекламы в печатной прессе, нехватка рекламодателей и их утечка на радио и ТВ.

В 2009 г. в Швейцарии закрылось популярное бесплатное издание для пассажиров «News». Основанием для этого стали экономические причины – не нашлось достаточного количества рекламодателей. Одновременно крупнейший издатель газет и журналов в Романшской Швейцарии Edipresse Group, поставлявший специализированные издания по шитью и рукоделию, дому и саду на международный рынок, завершил 2009 г. с «красными цифрами» - с убытком в размере 32,2 млн. франков. Для сравнения, в 2008 г. издательский дом получил 30,4 млн. прибыли. А все из-за резкого спада спроса на рекламном рынке.

- Банкротство бесплатных газет и более мелких печатных изданий на фоне монополизации печатного дела, его сосредоточения в руках больших издательств, поглощающих своих конкурентов.

В результате ухода в небытие обанкротившегося издания «News», рынок бесплатной прессы для пассажиров сократился до 2х изданий: «20 minutes», которая является признанным чемпионом по количеству читателей, и «Blick am Abend», вечернее приложение к газете «Blick». Раньше рынок бесплатной прессы был бурным и разнообразным: в немецкой части Швейцарии издавалось 5 газет пассажирской тематики, а во франкоговорящей – две.

Объектом монополизации стал Edipresse, который в связи с пережитыми трудностями вошел в состав огромной цюрихской издательской группы Tamedia. В 2009 г. этой компанией было куплено около половины активов Edipresse, а уже в 2011 г. слияние завершилось даже раньше намеченного срока. Это беспрецедентное событие способствовало созданию крупнейшей национальной компании на рынке средств массовой информации в Швейцарии. В 2011 г. руководство Tamedia решило избавиться от входящих в концерн телевизионных и радиостанций и сосредоточиться на основном

направлении своего бизнеса: изданиях газет, журналов и электронных СМИ. «Мы не верим в сочетаемость всех видов средств массовой информации», - заявили они.

- Поиски все новых рынков сбыта и новых аудиторий для аудиовизуальных СМИ, расширение сети вещания.

Например, в 2011 г. производители телепередач нашли новую потенциальную аудиторию от 0 до 3 лет. С мая 2011 г. был запущен платный телеканал Duck TV, на котором транслируют передачи для самых маленьких телезрителей. А следом и известный израильский телеканал Baby-TV изъявил желание распространить свое вещание на Швейцарию. По утверждениям руководства канала, телепередачи из его репертуара, цель которых – развитие языковых и познавательных способностей малышей, создаются при участии экспертов. Однако швейцарское общество отреагировало негативно на такое новшество. Объединения родителей и врачей категорически советуют не подвергать ребенка влиянию телевизора, особенно в возрасте 0-2, т.к. очень маленькие дети не способны «переваривать» увиденное: у них еще не развит механизм, позволяющий отличить происходящее на экране от реальности.

- Изменение законодательства в области СМИ в сторону большей лояльности к потребителю.

Новый сбор за радио и телевидение, который введут в действие в 2015 г. избавит швейцарцев от лишних трат и неразберихи. Если ранее налог платили лишь владельцы телевизоров, и для того, чтобы определить их, гос. структуры буквально навевались в гости к гражданам, то теперь платить будут все. Ведь несправедливо избавлять от сбора тех, кто смотрит и слушает аудиовизуальные СМИ по средствам сети интернет, а выявить их практически невозможно. Кроме того, швейцарцы будут избавлены от бумажной волокиты и необходимости ставить телевизор на учет по приобретению одного. Не нужно будет платить дважды, тем, у кого телевизор установлен и в городской квартире, и в загородном доме. Также и сама сумма сбора уменьшится с 462 до 400 франков, а 70% швейцарских компаний будут вовсе освобождены от уплаты налога.

В завершении хотелось бы упомянуть одно любопытное происшествие из рубрики «другое». В начале 2013 г. один швейцарский журналист, Жак Алламан, оставил в своем блоге призыв бойкотировать Олимпийские игры в Сочи! Пост его также был озвучен в эфире франкоязычной радиостанции RSR. Столь радикальное предложение журналиста обусловлено, как следует из текста блога, его протестом против режима В. Путина, который

«продолжает дирижировать репрессиями, невиданными со времен падения СССР». «Привычный к чисткам и диктатуре, режим возрождает старые сталинские рефлексy: запугивание, произвольное заключение, избиение», - сокрушается журналист, - «...Надо бойкотировать Сочи! Чтобы поддержать пробуждающееся в России гражданское общество...»¹³ Примечательно, что это не банальные эксцентричные выкрики любителя эпатажа: Жак Алламан – бывший корреспондент RSR в Москве, а также автор многочисленных репортажей о событиях в России, на Кавказе и в Чечне. Так что в отсутствии профессионализма или информированности его точно не обвинишь. Печально, что у Швейцарии о России такие вот впечатления. Но ведь и ожидаемо...

Список использованной литературы

1. nashagazeta.ch
2. Якова Т.С. «СМИ Швейцарии» // Зарубежная журналистика в 2003 году - М., факультет журналистики МГУ, 2004 г.
3. Якова Т.С. Трансформация медиарынка Швейцарии: последствия экономического кризиса // СМИ Германии, Австрии, Швейцарии. Сборник статей германистов. – М., Факультет журналистики МГУ, 2011 г.
4. Якова Т.С. Медиаландшафт Швейцарии: слияния и поглощения на фоне кризиса // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2010 г. - №2.
5. Якова Т.С. Онлайн-медиа в Швейцарии: тенденции и перспективы // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2013 г. - №2.