

Качественная информация имеет цену | Quality information has its price

Auteur: Мария Чекулаева, [Женева](#), 09.01.2013.



Малая часть холдинга Tamedia

Цюрихский Институт исследования социальных проблем оценил работу швейцарских СМИ – результаты неутешительные.

The Zurich Research Institute of Social Problems has evaluated the Swiss media. Results are frustrating.

Quality information has its price

В наше время существует масса источников получения информации: телевидение, радио, печатная пресса, интернет. Для потребителя важно, чтобы информация эта была качественной и актуальной, а это зависит от многих факторов, как социальных, так и экономических.

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 трёх 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».

В издании 2012 года авторы также подвергли анализу такие специфические направления деятельности СМИ, как освещение последних парламентских выборов в

Швейцарии, критика СМИ, криминальная хроника и судебные процессы, а также содержание интернет-порталов.

Результаты и выводы, опубликованные в «Les Annales» 2012, крайне нелестные для наших швейцарских коллег. Авторы считают, что за последние десять лет освещение действительности стало более поверхностным. Они также констатируют тот факт, что СМИ дают меньше фоновой информации, помогающей понять последствия политического решения или общественных дебатов.

Посерьёзнее, господа

Руководитель исследовательской группы Курт Имхоф отмечает рост числа СМИ для «массового потребителя» в ущерб качественной продукции. «Бесплатные газеты и информационные порталы в интернете подталкивают к более эпизодическому и субъективному освещению действительности» - отметил он. По мнению исследователей, эта тенденция является результатом модели ведения бизнеса крупными швейцарскими издательствами, основанной на прибыли, а также того, что в 1980-х годах частные каналы были включены в сетку радио.

Место для бесплатной прессы

Не все согласны со сделанными в исследовании выводами. Среди недовольных - самый крупный в Швейцарии медиа-холдинг «Tamedia», поглотивший в прошлом году Edipresse и ставший практически монополистом на местном рынке, получив контроль над 40 газетами, 13 из которых выходят ежедневно. Пресс-секретарь этого издательства, Кристоф Циммер, считает, что выборка, изученная исследователями, не достаточно учитывает увеличивающееся число СМИ, свободно доступных для потребителей.

«Критерий качества должен принимать во внимание характер СМИ» - заявляет Кристоф Циммер, защищая очень популярную газету «20 Minutes». На его взгляд, такие издания должны рассматриваться в отдельной категории. Пресс-секретарь подчёркивает, что «20 Minutes» - это первая ежедневная газета, издающаяся на трёх национальных языках, и что читательская аудитория бумажной версии газеты составляет два миллиона человек, а электронной версии - полмиллиона.

Со своей стороны, Курт Имхоф минимизирует пользу этого коммерческого успеха, заявляя, что, исходя из результатов исследований, бесплатный доступ к некоторым СМИ не повысил интерес молодёжи к политике.

На спаде

Печатные издания страдают от спада доходов с рекламы, которую у них «забирают» интернет и телевидение. В соответствии с информацией, опубликованной еженедельной газетой «Le Matin Dimanche», за последнее десятилетие прибыль с рекламы снизилась на треть.

В то же время, по мнению издательств, существует еще одна угроза. Швейцарская компания радио- и телевидения (La Société suisse de radiodiffusion et télévision - SSR) хотела бы продавать места для рекламы на своих доселе свободных от рекламы

информационных сайтах в интернете. Не уверены, произойдет ли это: в прошлом сентябре швейцарское правительство запретило SSR размещение рекламы на её сайтах.

Сокращение персонала и качество

Во время представления результатов исследования в октябре 2012 года Марк Эйзенегер подчеркнул, что растущее финансовое давление тяжелым бременем ложится на газеты. Его печальный теоретический вывод подтвердился на практике: с тех пор многие региональные и местные издания объявили о сокращении своих штатов, в их числе престижное издание «Le Temps».

По мнению Курта Имхофа, последствием такой потери сотрудников является ухудшение качества газеты, так как сокращенная команда не в состоянии предоставить такое же качество работы.

Существует ещё две причины ухудшения качества газеты, состоят они в следующем: во-первых, руководство газет имеет тенденцию отдавать предпочтение неспециализированным журналистам нежеле журналистам, специализирующихся в определённой области; во-вторых, объединение редакций электронной и бумажной версий в одном помещении, «newsroom».

Ранее не согласившись с критерием оценки качества Курта Имхофа, пресс-секретарь издательства «Tamedia» Кристоф Циммер признает, что денежный фактор и качество связаны между собой. Тем не менее, он заявляет: «большой объем денежных средств вовсе не означает, что в итоге выйдет продукция лучшего качества».

От редакции: Исходя из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод: качественная информация имеет цену. Каждый раз, когда мы читаем газету, слушаем радио, смотрим телевизор, читаем или смотрим новости в интернете, каждый из нас понимает, что потребляемая информация – это результат тяжелой и долгой работы, которая требует немало сил и денег. Цена здесь – не только материальный фактор, но и моральный, так как качественно преподнесенная информация приносит удовлетворение не только тому, кто её предоставил, но и тому, кто её получает.

К сожалению, все перечисленные сложности в полной мере касаются и Нашей Газеты.ch. Сложно делать бесплатную газету, существующую на спонсорские деньги, и при этом сохранять независимость и возможность говорить правду. Увы, несмотря на сложную экономическую ситуацию от некоторых предложений нам приходится отказываться – доброе имя дороже. Если вы заинтересованы в том, чтобы Наша Газета.ch существовала и дальше, не меняя своего профиля, вы можете поддержать нас, вступив в [Ассоциацию Друзей](#).

[ЭКОНОМИКА](#)

Source URL:

<http://www.nashagazeta.ch/news/la-vie-en-suisse/kachestvennaya-informaciya-imeet-cenu>