Т.С. Якова, кандидат филологических наук, доцент кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

МЕДИАЛАНДШАФТ ШВЕЙЦАРИИ: СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ НА ФОНЕ КРИЗИСА

В условиях экономического кризиса слияния и поглощения на швейцарском медиарынке набирают небывалый размах. Концентрация СМИ в руках нескольких гигантов медиабизнеса привела к заметному падению конкуренции и существенному ограничению плюрализма мнений. Сегодня политику в медиасекторе Швейцарии формируют пять крупных медиакорпораций: "Тамедиа", "НЦЦ-Группе", "АЦ Медиен Группе", "Зюдостшвайц Медиен" и "Ринье". Еще две иностранные медиакомпании расширили сферы своего влияния в западной и центральной частях страны: французская "Груп Эрсан Медиа" и немецкая "Аксель Шпрингер ферлаг". В результате крупных сделок в сфере СМИ монополисты укрепили свои позиции на швейцарском медиарынке, практически поглотив большинство независимых изданий или существенно ограничив их аудиторию.

Ключевые слова: концентрация, слияния и поглощения, медиарынок, медиакорпорации, "Ринье".

Mergers and acquisitions during economic depression is in full swing. Mass media integration in the hands of a few media business majors has led to obvious competition decline and significant restriction of pluralistic opinions. Today policy of media segment is generated by five media corporations: "Tamedia", "NZZ Group", "AZ Medien Group", "Sudostsvaiz Medien" and "Ringier". Two more foreign media companies have expanded their scope of influence in western and central parts of the country: French "Group Ersan Media" and German "Axel Springer Verlag". As a result of major deals in mass media segment monopolists have consolidated their positions in Swiss media market in practice taken over most of the editions or limited their audience significantly.

Key words: integration, mergers and acquisitions, media market, media corporation, "Ringier".

Процессы концентрации средств массовой информации в Швейцарии набирают небывалый размах. Общественность бьет тревогу: все больше материалов в прессе и электронных СМИ посвящены обсуждению негативного влияния концентрации в сфере медиа на независимость СМИ и плюрализм мнений. Мировой экономический кризис, вызвавший резкое сокращение рекламных инвестиций в СМИ, ускорил процессы слияний и поглощений на швейцарском медиарынке. В результате несколько крупных медиаконцернов расширили сферы своего влияния, практически поглотив большинство независимых изданий или существенно ограничив их аудиторию.

Швейцарский рынок прессы

Пять крупных корпораций разделили медиарынок Швейцарии: "Тамедиа" (Tamedia), "НЦЦ-Группе" (NZZ-Gruppe), "Зюдостшвайц Медиен" (Suedostschweiz Medien), "АЦ Медиен Группе" (AZ Medien Gruppe) и "Ринье" (Ringier). Кроме них, заметны два иностранных предприятия: французский концерн "Груп Эрсан Медиа" (Groupe Hersant Media) расширил сферу своего влияния на западные регионы Швейцарии (в районе Женевского озера: от Нойенбурга до Биля); а немецкий "Аксель Шпрингер ферлаг" (Axel Springer Verlag) владеет несколькими крупными СМИ в Цюрихе.

По объему капитала лидирует "Ринье" (1535,5 млн швейцарских франков)[1], более чем в два раза увеличивший свои размеры с 2000 г. Но значительная часть активов компании находится за пределами Швейцарии — в странах Восточной Европы (Венгрии, Румынии, Словакии, Сербии, Хорватии, Чехии), в Германии, Китае и Вьетнаме.

На швейцарском медиарынке первое место прочно занимает концерн "Тамедиа" (897,5 млн шв. фр.)[2], купивший в середине 2009 г. значительную долю "Эдипресс групп" (Edipresse Group) — 49,9%[3], что позволило распространить сферу его влияния на франкоязычные регионы (несколько крупных газет и журналов выходит в Женеве и Лозанне). Вторую позицию занимает "НЦЦ-Группе" (538 млн шв. фр.)[4]. Далее следуют два медиаконгломерата средней величины: "Зюдостшвайц Медиен" (135,8 млн шв. фр.) и "АЦ Медиен Группе" (201,2 млн шв. фр.)[5]. Для обоих вопрос о вхождении в более крупное объединение — дело времени.

Почти все ежедневные и еженедельные газеты и популярные журналы, а также большинство локальных радио- и телестанций принадлежат полностью или частично этим пяти гигантам медиабизнеса Швейцарии. Из 15 крупнейших ежедневных газет только одна не принадлежит монополистам — "Базлер Цайтунг" (Basler Zeitung)[6].

---

[1] Данные приведены за 2008 г. по исследованию "Союза швейцарской прессы". URL: www.schweizerpresse.ch

[2] Там же.

[3] Сумма сделки составила 226 млн швейцарских франков. По ее условиям к 2011 г. "Тамедиа" приобретет еще 0,2% акций "Эдипресс групп" и получит контрольный пакет.

[4] Источник: www.schweizerpresse.ch

[5] Там же.

[6] Издает газету "Базлер цайтунг медиен" (Basler Zeitung Medien).

Многие газеты и журналы из-за проблем, вызванных экономическим кризисом, вынуждены были в прошлом году сократить свои тиражи. Совокупный тираж швейцарской прессы в 2009 г. был равен 3 669 241 экз.[7], что более чем на 160 000 экз. меньше, чем в предыдущем 2008 г. (3 831 881 экз.). Это самый низкий показатель с 1985 г.

Крупнейшие ежедневные газеты Швейцарии[8]

	Название газеты	Издатель	Тираж	Кол-во читателей
1	20 минут (на нем. языке)	Тамедиа	536 473	1 365 000
2	20 минут (на фр. языке)	Тамедиа	229 729	526 000
3	Блик ам абенд	Ринье	225 226	358 000
4	Блик	Ринье	214 555	651 000
5	Тагес-анцайгер	Тамедиа	209 297	487 000
6	Бернер цайтунг	Тамедиа (Эспейс медиа)	200 117	395 000
7	Мительланд цайтунг	Мительландцайтунг	192 244	421 000
8	Нойе цюрхер цайтунг	НЦЦ-Группе	139 732	294 000
9	Нойе люцернер цайтунг	НЦЦ-Группе	127 244	278 000
10	Ди зюдостшвайц	Зюдостшвайц медиен	125 622	236 000
11	Цюрхер ландцайтунг	НЦЦ-Группе (Фрайе прессе холдинг)	100 319	194 000
12	Санкт-галер тагблат	НЦЦ-Группе	95 469	201 000
13	Базлер цайтунг	Базлер цайтунг медиен	88 189	169 000
14	24 ор	Тамедиа (Эдипресс)	81 577	229 000
15	Ле матэн смен	Тамедиа (Эдипресс)	58 849	246 000

Подобная ситуация сложилась и на рынке журналов. Из 15 крупнейших общественно-политических, экономических и финансовых изданий только 3 не принадлежат монополистам швейцарского медиарынка: “Вельтвохе” (Die Weltwoche) и “Ридерс дайджест” (Reader’s Digest) на немецком и французском языках[9]. “Вельтвохе”

[7] Источник: Verband Schweizer Presse: www.schweizerpresse.ch

[8] Источник: WEMF Auflagen-Bulletin 2009, MACH Basic 2009-2 (www.wemf.ch).

[9] “Ридерс дайджест” издает швейцарское отделение “Ридерс дайджест аг” (Reader’s Digest AG).

еще совсем недавно принадлежал издательству “Базлер цайтунг” (Basler Zeitung) наряду с двумя другими крупными швейцарскими экономическими изданиями: “Беобахтер” (Beobachter) и “Биланц” (Bilanz). Главный редактор “Вельтвохе” Роджер Кеппель в 2006 г. приобрел контрольный пакет акций журнала и создал собственное предприятие — “Вельтвохе ферлагс АГ” (Weltwoche Verlags AG)[10], два других журнала были куплены немецким концерном “Аксель Шпрингер ферлаг” (Axel Springer Verlag), который все больше расширяет сферу своего влияния в Швейцарии. “Шпрингеру” принадлежит еще одно еженедельное экономическое издание — “Хандельсцайтунг” (Handelszeitung), пользующееся популярностью у швейцарских читателей[11].

Крупнейшие общественно-политические, финансовые и экономические журналы[12]

	Название	Издатель журнала	Тираж	Кол-во читателей
1	Беобахтер	Аксель Шпрингер АГ	308 527	933 000
2	Швайцер илюстрирте	Ринье	204 856	917 000
3	Швайцер фамилие	Тамедиа	185 174	762 000
4	Глюкпост	Ринье	146 325	412 000
5	Ридерс дайджест (на нем. языке)	Ридерс дайджест АГ	112 939	337 000
6	Стиль	Ринье	109 983	420 000
7	Илюстре	Ринье	90 635	353 000
8	Вельтвохе	Вельтвохе ферлагс АГ	81 753	348 000
9	Анабель	Тамедиа	70 214	354 000
10	Лебдо	Ринье	46 010	210 000
11	Хандельсцайтунг	Аксель Шпрингер АГ	43 940	147 000
12	Биланц	Аксель Шпрингер АГ	40 021	210 000
13	Ридерс дайджест (на фр. языке)	Ридерс дайджест АГ	35 223	77 000
14	Финанц унд виртшафт	Тамедиа	33 347	140 000
15	Штокс	Аксель Шпрингер АГ	22 014	54 000

[10] Р. Кеппелю принадлежат еще два других предприятия: “Кеппель холдинг АГ” (Koeppel Holding AG) и “Радио базилиск бетрибс АГ” (Radio Basilisk Betriebs AG).

[11] Аудитория “Хандельсцайтунг” увеличилась после договора о сотрудничестве с “Уолл стрит джорнэл” (The Wall Street Journal) и публикации эксклюзивных финансовых отчетов.

[12] Источник: WEMF Auflagen-Bulletin 2009, MACH Basic 2009-2 (www.wemf.ch).

"*Тамедиа*". Сфера влияния медиаконцерна "Тамедиа" распространяется на всю западную часть Швейцарии, регионы Берна, Тургау и Цюриха. В 2007 г. компания увеличила свои активы — купила "Эспейс Медиа групп" (Espace Media Group) с двумя крупными ежедневными газетами "Бунд" (Bund) и "Бернер цайтунг" (Berner Zeitung). В 2009 г. после покупки доли "Эдипресс групп", доминировавшей почти во всей Западной Швейцарии, "Тамедиа" прочно укрепилась во франкоязычной части страны[13].

Значительная часть изданий компании выходит в Цюрихе: "Тагес-анцайгер" (Tages-Anzeiger, крупнейшая ежедневная газета), "Зонтагсцайтунг" (SonntagsZeitung, воскресная газета), "20 минут" (20 Minuten, на немецком языке, информационно-рекламная ежедневная бесплатная газета, также выходит в Берне, Базеле, Санкт-Галлене и Люцерне), "Финанц унд виртшафт" (Finanz und Wirtschaft, популярный экономический журнал), "Швайцер фамилие" (Schweizer Familie, специализированный журнал), "Анабель" (Annabelle, журнал для женщин), радиостанция "Радио 24" (Radio 24), телестанция "Теле цюри" (Tele Zueri), несколько специализированных изданий.

Другой крупный издательский центр немецкоязычных СМИ "Тамедиа" расположен в Берне: кроме "Бернер цайтунг" и "Бунд" (ежедневные газеты) там выходят около десяти специализированных газет и журналов, а также локальное радио "Капитал фм" (Capital Fm) и телевидение "Телеберн" (Telebaern).

В Женеве и Лозанне несколько ежедневных франкоязычных изданий контролируются совместно "Эдипресс" и "Тамедиа": "Трибюн де женев" (Tribune de Geneve), "Ле тан" (Le Temps), "24 ор" (24 heures), "Ле матэн" (Le Matin) и др.

Кроме того, в различных кантонах страны около двух десятков региональных периодических изданий также принадлежат "Тамедиа": "Золотурнер тагблат" (Solothurner Tagblatt), "Тургауер цайтунг" (Thurgauer Zeitung), "Тунер тагблат" (Thuner Tagblatt), "Бернер оберлендер" (Berner Oberlaender), "Ландботэ" (Der Landbote), "Муртенбитер" (Der Murtenbieter), "Ля режьон" (La Region), "Журналь де морге" (Journal de Morges), "Ле режьональ" (La Regional) и др.

Стремительная экспансия влияния "Тамедиа" на различные регионы страны диктовалась исключительно коммерческими инте-

[13] Покупка "Эдипресс групп" дала возможность выхода "Тамедиа" на зарубежные рынки, где стали популярными многочисленные глянцевые журналы, издаваемые "Эдипресс": в Испании, странах Латинской Америки, в России и Китае.

ресами. Руководство концерна выказало озабоченность сокращением прибылей в связи с уменьшением объемов рекламы и предприняло ряд мер, направленных на снижение расходов на информационное производство. Среди них: сокращение количества сотрудников, объединение редакций, уменьшение газетных площадей и др. Расширение активов компании, по мнению менеджмента "Тамедиа", должно привлечь рекламодателей. Крупный концерн, с одной стороны, предлагает бóльшую эффективность рекламных вложений, так как гарантирует бóльшую аудиторию; с другой стороны, может диктовать условия, более выгодные для себя. Результаты такой политики будут очевидны уже в ближайшее время, когда "Тамедиа" получит контрольный пакет акций "Эдипресс групп" (по соглашению — до 2011 г.).

"*НЦЦ-Группе*". Второе место на швейцарском медиарынке удерживает "НЦЦ-Группе". Штаб-квартира концерна находится в Цюрихе, где выходит и главное издание — ежедневная "Нойе цюрхер цайтунг" (Neue Zuercher Zeitung), известная не только в Швейцарии, но и далеко за ее пределами. С аббревиатурой "НЦЦ" выходит целый ряд газет и журналов: "НЦЦ ам зонтаг" (NZZ am Sonntag), "НЦЦ фолио" (NZZ Folio), "НЦЦ фокус" (NZZ Fokus), "НЦЦ кампус" (NZZ Campus), "НЦЦ кроник" (NZZ Chronik), "НЦЦ формат (ТВ)" (NZZ Format (TV)), "НЦЦ штандпункте" (NZZ Standpunkte). Также в Цюрихе издаются 3 специализированных журнала: "Райзеблик" (ReiseBlick), "Артундрайзе" (artUNDreise) и "Ц — ди шонен зайтен" (Z — Die schoenen Seiten).

Кроме того, "НЦЦ-Группе" владеет двумя влиятельными ежедневными газетами, с помощью которых она охватывает аудиторию центральной и восточной Швейцарии. "Нойе люцернер цайтунг" (Neue Luzerner Zeitung) распространяется в центральных районах страны, а "Санкт-галер тагблат" (St.-Galler Tagblatt) — на востоке. В Люцерне и Санкт-Галлене выходят еще несколько газет и журналов, принадлежащих концерну, а также 3 радиопрограммы: "Радио пилатус" (Radio Pilatus), "Радио фм 1" (Radio FM1), "Фм 1 мелоди" (FM 1 Melody, кабельное радио); и 2 телепрограммы "Теле 1" (Tele 1), "Теле остшвайц" (Tele Ostschweiz).

В различных кантонах страны (в основном — центральных и восточных) "НЦЦ-Группе" издает около 30 газет и журналов: "Нойе цугер цайтунг" (Neue Zuger Zeitung), "Нойе швицер цайтунг" (Neue Schwyzer Zeitung), "Анцайгер фон устер" (Anzeiger von Uster), "Вилер цайтунг" (Wiler zeitung), "Анцайгер Зульген" (Anzeiger Sulgen), "Цюрхер оберлендер" (Zuercher Oberlaender), "Апенцелер цайтунг" (Appenzeller Zeitung) и др.

В условиях экономического кризиса "НЦЦ-Группе" предприняла ряд мер, направленных на повышение эффективности своей

деятельности. Усилия руководства были нацелены на реструктуризацию бизнеса, модернизацию управления внутри корпорации, совершенствование межредакционного сотрудничества. Как и на других медиапредприятиях, были сокращены штаты и уволены около 50 сотрудников. Но основной упор в планах компании на ближайший год делается на повышение абонентской платы, увеличение рекламных расценок и развитие интернет-изданий.

"*АЦ Медиен Группе*". "АЦ Медиен Группе" принадлежат около двадцати ежедневных и еженедельных газет, несколько специализированных изданий и ряд локальных радио- и телестанций. Сфера ее влияния — северо-западные кантоны Швейцарии. Объемы капитала "АЦ Медиен Группе" значительно меньше, чем у "Тамедиа" и "НЦЦ-Группе", но в своем регионе компания — абсолютный монополист на рынке СМИ. Ей принадлежит популярная ежедневная газета "Мительланд цайтунг" (Mittelland Zeitung), которая до недавнего времени считалась третьей по тиражу ежедневной газетой Швейцарии. Лишь в прошлом году, когда ее тираж сократился в связи с кризисом, она уступила "Бернер цайтунг" и сегодня занимает четвертое место.

"АЦ Медиен Группе" владеет также популярными ежедневными газетами: "Аргауер цайтунг" (Aargauer Zeitung), "Лиматалер цайтунг" (Limmattaler Zeitung), "Базельландшафтлихе цайтунг" (Basellandschaftliche Zeitung), "Ольтнер тагблат" (Oltner Tagblatt) и "Зофингер тагблат" (Zofinger Tagblat).

В условиях экономического кризиса "АЦ Медиен Группе" попыталась укрепить свои позиции на рынке за счет объединений с другими медиапредприятиями. В январе 2009 г. она купила известную в Швейцарии медиакомпанию "Фогт-Шилд Медиен Группе" (Vogt-Schild Medien Gruppe), издававшую целый ряд газет и журналов на северо-западе страны, и таким образом поглотила основного конкурента. Сегодня ей принадлежит большинство ежедневных и еженедельных изданий в этом регионе: "Золотурнер цайтунг" (Solothurner Zeitung), "Гренхнер тагблат" (Grenchner Tagblatt), "Лангенталер тагблат" (Langenthaler Tagblatt), "Бернер рундшау" (Berner Rundschau), "Анцайгер" (Azeiger), "Гренхнер штадтанцайгер" (Grenchner Stadtanzeiger), "Вохенблат фюр дас шварцбубенланд" (Wochenblatt fuer das Schwarzbubenland), "Бернер ландботэ" (Berner Landbote) и др., а также несколько специализированных изданий. Компания владеет тремя локальными радио- и телестанциями: "Радио арговиа" (Radio Argovia), "Теле М1" (Tele M1), "Теле тель" (Tele Tell).

Монопольное положение на медиарынке северо-западной Швейцарии дает возможность "АЦ Медиен Группе" диктовать свои условия рекламодателям, заинтересованным в аудитории это-

го региона. Результаты такой политики станут очевидны уже в ближайшее время, когда будут опубликованы отчеты компании за предыдущий финансовый год.

"*Зюдостшвайц Медиен*".

Предприятия "Зюдостшвайц Медиен" расположены в юго-восточной Швейцарии. Население этой части страны говорит на диалектах немецкого, а также на ретороманском языке. Газеты и журналы в этом регионе также выходят на немецком (частично — на диалектах) и ретороманском. Издательский центр "Зюдостшвайц Медиен" находится в городе Кур — столице ретороманской Швейцарии, где печатаются ежедневные "Зюдостшвайц граубюнден" (Suedostschweiz Graubuenden) и "Бюнднер тагблат" (Buendner Tagblatt) и еженедельные "Зюдостшвайц ам зонтаг" (Suedostschweiz am Sonntag) и "Бюнднер вохэ" (Buendner Woche). Компании принадлежит 20 газет и журналов: "Давозер цайтунг" (Davoser Zeitung), "Клоштерзер цайтунг" (Klosterser Zeitung), "Аозер цайтунг" (Aroser Zeitung), "Ла Куотидиана" (La Quotidiana, на ретороманском языке), "Хефнер фолькслат" (Hoefner Volksblatt), "Оберзее нахрихтен" (Obersee-Nachrichten), "Граубюнден эксклюзив" (Graubuenden exklusiv), "Ботэ дер Уршвайц" (Bote der Urschweiz) и др.; несколько местных радио- и телепрограмм: "Радио Гриша" (Radio Grischa), "Радио Энгиадина" (Radio Engiadina), "Теле Зюдостшвайц" (Tele Suedostschweiz).Самое крупное издание компании — ежедневная газета "Зюдостшвайц" — выходит в разных городах (Куре, Гларусе, Узнахе и др.) с 11 региональными выпусками, формируя единую информационную политику. Для рекламодателей газета предлагает наиболее выгодные условия по тарифам и охвату аудитории, что позволяет ей лидировать по объемам рекламных поступлений в юго-восточных кантонах страны.

По прогнозам экспертов, "Зюдостшвайц Медиен" как сравнительно небольшая медиакомпания может быть поглощена более крупными объединениями. Препятствием этому могут стать только новые ограничения антимонопольного законодательства, которые обсуждаются в парламенте Швейцарии в связи с кризисными явлениями в разных отраслях экономики страны.

"*Ринье*". Медиаконцерн "Ринье" относится к крупнейшим международным объединениям, хотя в Швейцарии сферы его влияния довольно ограниченны. Компании принадлежит 120 газет и журналов, 11 типографий в разных странах мира, несколько телевизионных и радиостанций, около 80 веб-сайтов и мобильных сервисов[14]. В Швейцарии "Ринье" лидирует на рынке таблоидов: ежедневная газета "Блик" (Blick) в течение многих лет занимала первые пози-

[14] Источник: www.ringier.com

ции по тиражам, лишь в последние годы уступив бесплатной газете "20 минут". Но компания продолжает активно развивать это издание — большими тиражами издаются "Блик ам абенд" (Blick am Abend) и "Зонтагсблик" (SonntagsBlick). В то же время прекращен выход успешной экономической газеты "Кэш" (осталась лишь интернет-версия).

Немецкоязычные издания концерна выходят в Цюрихе — 3 газеты ("Блик", "Блик ам абенд" и "Зонтагсблик") и несколько журналов: "Швайцер илюстрирте", (Schweizer Illustrierte), "Глюкспост" (Glueckspost), "Болеро" (Bolero), "ТВ тэглих" (TV taeglich) и др. Там же концерну принадлежат 6 телевизионных программ и 2 радиопрограммы.

На французском языке "Ринье" издает несколько журналов в Лозанне: "Лебдо" (L'Hebdo), "Илюстре" (L'illustre), "Эдельвейс" (Edelweiss). На итальянском выходит одно издание концерна "Иль кафе" (Il Caffe).

На швейцарском медиарынке "Ринье" утвердился довольно прочно. Лишь внутренняя политика владельцев компании, направленная на инвестирование в медиабизнес других стран, ограничивает увеличение ее активов в Швейцарии. По объемам оборотного капитала концерн значительно превосходит все другие швейцарские медиаобъединения.

"*Шпрингер*". Немецкий концерн "Аксель Шпрингер ферлаг" успешно продвигается на швейцарском медиарынке. Его позиции упрочились с приобретением в ноябре 2007 г. изданий швейцарской компании "Жан Фрей АГ" (Jean Frey AG). Сегодня концерну принадлежит несколько ведущих экономических газет и журналов: "Хандельсцайтунг" (Handelszeitung), "Беобахтер" (Beobachter), "Биланц" (Bilanz), а также специализированные: "ТВ стар" (TV Star), "Стокс" (Stocks) и "Теле" (Tele). В немецкоязычных регионах Швейцарии распространяются и другие газеты и журналы "Шпрингера", издающиеся в Германии. Серьезную конкуренцию швейцарским СМИ составляют специализированные и развлекательные издания.

Независимая пресса

Несмотря на высокую степень концентрации печатных СМИ Швейцарии в крупных медиакорпорациях, в стране все еще издается небольшое количество независимых газет и журналов, не принадлежащих монополистам медиарынка. Многие из них — газеты с многолетней историей и традиционной аудиторией в разных регионах страны.

Более или менее независимы от крупных медиакорпораций издания италоязычной части Швейцарии. Почти все газеты и журналы

этого южного региона страны — кроме "Иль кафе", которым владеет "Ринье", — принадлежат небольшим частным издательствам: "Корьере дель тичино" (Corriere del Ticino, ежедневная газета, учрежденная одноименным издательским обществом), "Джорнале дель пополо" (Giornale del Popolo, ежедневная газета, находится в совместном владении Издательского общества "Корьере дель Тичино" и отделения католической церкви в Лугано), "Режионе Тичино" (La Regione Ticino, ежедневная газета, принадлежит частному издателю Джакомо Сальвиони), "Пополо э либерта" (Popolo e liberta, еженедельная газета, издается Народной демократической партией Тичино).

Несколько примеров независимых ежедневных, еженедельных и ежемесячных изданий, выходящих в других регионах Швейцарии: "Форвертс" (Vorwaerts, Цюрих), "ВОЦ ди вохэнцайтунг" (WOZ Die Wochenzeitung, Цюрих), "Виллизауер ботэ" (Willisauer Bote, Виллизауер), "Вельтвохе" (Weltwoche, Цюрих), "Вализер ботэ" (Walliser Bote, Бриг), "Котидьен юрасьен" (Quotidien Jurassien, Делемон), "Шафхаузер нахрихтен" (Schafhauser Nachrichten, Шафхаузен), "Роте анелизе" (Rote Anneliese, Бриг), "ПС" (PS, Цюрих), "Либерте" (La Liberte, Фрибург), "Курир" (Le Courrier, Женева), "Юнгфрау цайтунг" (Jungfrau Zeitung, Интерлакен) и др.

В условиях финансового и экономического кризиса эти газеты выживают за счет поддержки своих читателей и сокращения расходов на производство (сокращение газетных площадей, кооперация с другими редакциями и др.), как правило, особое внимание уделяя качеству содержания. По мнению швейцарских экспертов, только качество информации небольших локальных и местных изданий помогает им выдержать конкуренцию с крупными изданиями-монополистами и сохранить своих подписчиков.

Популярная независимая швейцарская газета "Базлер цайтунг" (Basler Zeitung) в прошлом году признана лучшим региональным изданием в Европе[15]. В этой газете много внимания уделяется дизайну и формам подачи информации на газетной полосе. Из-за сильной конкуренции на рынке "Базлер цайтунг" приходится соперничать с тремя бесплатными изданиями, что вынуждает журналистов подходить к подготовке материалов особенно внимательно. Главный редактор Матиас Геринг отмечает, что "Базлер цайтунг" предоставляет читателю только выверенную информацию и четкие концепции, чем отличается от информационного хаоса, царящего и у бесплатных конкурентов, и в Интернете[16].

[15] Газета признана лучшей на Европейском конгрессе издателей и редакторов печатной прессы в апреле 2009 г. в Вене (Австрия).

[16] Гильдия издателей периодической печати, 04.05.2009. www.gipp.ru

Коммерческие интересы и плюрализм мнений

Еще двадцать лет назад в Швейцарии была развита партийная журналистика. У многих политических партий были собственные газеты во многих кантонах страны. Политическая жизнь освещалась самым активным образом. В девяностые годы партийная пресса была вытеснена бульварными изданиями, которые позиционировали себя как газеты-форумы, открытые для политических дискуссий, но реально работали лишь на коммерческие интересы своих владельцев. Это привело к снижению конкуренции и ограничению плюрализма мнений.

Экономический кризис в 2009 г. сопровождался резким сокращением объемов рекламы в СМИ (в среднем в разных изданиях — на 20% меньше, чем до кризиса). Финансовые проблемы вынудили руководство многих газет и журналов сократить газетные площади или перераспределить их в пользу рекламы. Это, безусловно, оказало негативное влияние на качество содержания газет и журналов.

Кроме того, в 2009 г. в Швейцарии более 500 журналистов потеряли свои рабочие места. Только "Тагес анцайгер", которая в последние годы получала довольно-таки высокие прибыли, уволила летом более 50 штатных сотрудников и 20 постоянных внештатников, работавших на гонорарах. "Базлер цайтунг", "Бунд", "Нойе цюрхер цайтунг" и многие издания "Эдипресс групп" тоже сократили рабочие места.

Штефани Вонарбург, ответственная за сектор прессы в профсоюзе "Комедиа" (Comedia), отметила, что сокращения принимают хаотический характер. "Увольнения еще и потому бессмысленны, что отрасль теряет множество хорошо образованных, квалифицированных журналистов. Ни издатели, ни главные редакторы не могут объяснить, к чему это приведет"[17]. Очевидно, что качество журналистики снижается.

Как сохранить плюрализм мнений

В последние десятилетия рынок рекламодателей жестко диктовал свои условия развитию медиаотрасли. Интересы рекламодателей фокусировались на крупных медиапредприятиях, предлагавших более высокую экономическую эффективность рекламных инвестиций, что в свою очередь способствовало процессу концентрации СМИ и вытеснения с рынка локальных газет. При этом, по мнению швейцарских экспертов[18], крупные издания-монополисты

[17] *Boos S.* Rettet den Journalismus! // WOZ Die Wochenzeitung. N 48.
[18] *Fehr H.-J.* Fuer eine echte Vielfaltspolitik // WOZ Die Wochenzeitung. N 48.

не стремились к сохранению публицистического разнообразия и плюрализма мнений и взглядов. По мере усиления концентрации прессы постепенно исчезала конкуренция в сфере качественной журналистики и публицистики. Государственные субсидии на доставку, действовавшие до последнего времени, могли лишь замедлить процесс монополизации прессы, оказывая временную поддержку небольшим медиапредприятиям, которые все равно не смогли бы конкурировать с крупными компаниями. Тем более что владельцы крупных корпораций довольно успешно лоббировали свои интересы в парламенте, так что до настоящего времени не было принято ни одного закона, реально способствовавшего бы развитию и укреплению демократической прессы. При этом сторонники сохранения и развития многообразия и плюрализма в СМИ неоднократно поднимали проблему организации финансирования прессы по модели прямых платежей, как это успешно действует в Швейцарском радиотелевизионном сообществе (SRG)[19]. Специалисты Союза швейцарской прессы предложили организовать поддержку маленьких локальных газет путем перечисления части средств от крупных изданий. Основанием для расчетов должна стать определенная наценка на единицу рекламной площади, а перераспределением поступающих средств может заниматься специальная структура в Союзе швейцарской прессы — организации, независимой от интересов владельцев СМИ. Реализация такого проекта помогла бы поддержать локальную прессу, способствовала бы развитию конкуренции и снижению доминанты мультимедийных концернов на швейцарском медиарынке.

Поступила в редакцию
26.01.2010

[19] Швейцарское радиотелевизионное сообщество финансируется не из налоговых сборов, а из поступлений от абонентской платы и распределяет средства пропорционально аудитории радио- и телепрограмм, учитывая при этом интересы национальных и языковых меньшинств.