

Как кризис убивает журналистику

Экономический спад привел к деградации прессы. Это утверждает профессор Свободного университета Берлина Клаус Бек, который исследовал, как выживают в кризис немецкие СМИ.

Рекламный рынок в Германии в прошлом году упал на 10%. В прессе рекламы стало меньше на 16%, на телевидении – на 10%. По сравнению с благополучным началом двухтысячных рекламные сборы уменьшились на треть – до уровня середины девяностых.

Недостаток денег привел к тому, что тематический спектр журналистских материалов сузился, качество расследований ухудшилось, рекламодатели и пиарщики почувствовали себя в СМИ хозяевами, а журналистика как профессия потеряла привлекательность в глазах многих, кто в ней работает.

Многие уже не работают. Журнал Spiegel закрыл телевизионный проект, уволив 52 журналиста.

Издательский дом Gruner&Jahr, выпускающий газету Financial Times Deutschlands и три экономических журнала, объединил четыре редакции в одну, уволив из 361 сотрудника 80 и сократив зарплату еще 90. При этом журналистов обязали писать по своим темам во все издания «во всех жанрах и рубриках».

«Издатели ничего лучше не придумали, как любыми способами сокращать расходы. Тем более, что в журналистике качество не поддается прямому измерению, и велик соблазн делать одну и ту же работу более дешевым способом. Но дешевизна ведет к потере качества почти всегда», - утверждает профессор Бек.

Профессор вместе с коллегами опросили 1,5 тыс. журналистов немецких СМИ. Три четверти опрошенных (78%) признались, что рекламодатели с наступлением кризиса стали навязывать им выбор темы, чтобы статья была «обрамлением соответствующей рекламы». Две трети (61%) сталкивались с отказом от публикации их критических статей, чтобы не ссориться с рекламодателями.

Две трети (64%) пожаловались, что из-за чрезмерной загруженности вынуждены сокращать время на исследование темы, и материалы оказываются поверхностными. Половина (48%) из-за нехватки времени заполняют полосы своих изданий перепечатками из информагентств и Интернета. Примерно столько же (47%) готовят материалы, которые «находятся на границе между журналистикой и PR».

Журналистика все чаще оказывается непопулярной роскошью. Телеканал Free Sender в нынешнем году уменьшил бюджет новостной редакции втрое. Телеканал Pro Sieben и вовсе распустил своих журналистов-новостников и заключил контракт на покупку новостей у другого канала N24 до 2016 года. Очевидно, до этого времени улучшений руководство телеканала не прогнозирует.

В России, где рекламный рынок в минувшем году упал на 27%, в том числе в прессе – на 43%, впору сказать: нам бы их проблемы. Только сомнительно, что сработает в этот раз поговорка «Что немцу смерть, то русскому – хорошо».

[👍 Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- Телеграм
- ВКонтакте

Связаться с редакцией Бабра:
newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)

