

Секция «Журналистика»

Экономические аспекты газетной индустрии Республики Саха

Аргылов Никита Антонович

Соискатель

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: nik-argylov@yandex.ru

По данным Управления Роскомнадзора по Республике Саха (Якутия) на 1 января 2014 г. в регионе зарегистрировано 371 СМИ. Общий среднеразовый тираж государственных газет и журналов достиг 96 тыс. экземпляров. Негосударственный сектор периодики представлен общим среднеразовым тиражом в 110-120 тыс. экземпляров. В регионе, как и во многих других субъектах России, осуществляется государственная поддержка на выпуск и производство государственной периодики. Судя по стратегическим документам, таким как государственная программа Республики Саха (Якутия) «Развитие региональных печатных и электронных средств массовой информации в 2012-2016 гг.», расходы республиканские власти планируют только увеличивать. Совокупный подписной тираж на первое полугодие 2013 г. составил по РС (Я) 328 тыс. 300 экземпляров. Насыщенность периодической печатью на 1 тыс. жителей республики составляет 343 экземпляра, что по итогам кампании I полугодия 2013 г. позволило якутским почтовикам занять 2 место по ДФО по насыщенности экземпляров на 1000 жителей, а также 1 место в ДФО и второе место в России по насыщенности в рублях на 1000 жителей (50,01 руб./на 1 чел.). Поэтому в Якутии роль национальной печати до сих пор велика, институт подписки до сих пор актуален, несмотря на регулярные сбои в работе якутского подразделения «Почты России». Люди в сельской местности активно подписываются на ряд изданий, на районные СМИ в первую очередь. Незрелость рынка рекламы, малая численность населения и огромные территории – особенность республики делает крайне затруднительным рентабельное производство в части районных (муниципальных) и социально-значимых (детских, юношеских, литературно-художественных) периодических печатных изданий. К тому же развитие газет и журналов негосударственного сектора крайне затруднено из-за вышеперечисленных проблем. Как правило, коммерческий успех имеют те СМИ, которые относятся к так называемой индустрии свободного времени – журнал для семейного чтения «Журфикс», журнал «Уйэ» («Век») и пр. Рост собственных доходов учреждений и организаций СМИ остается одной из главных задач в сфере управления и развития информационного и издательского рынка республики. Львиная доля доходов от объявлений в улусах и городах региона приходится на некрологи и поздравления. Расширяется перечень платных услуг населению, таких как фото и полиграфические услуги. Практикуется выпуск платных приложений на договорной основе. В целом, полученные доходы редакций не покрывают расходов на текущее содержание и выпуск изданий, а лишь возмещают какую-то часть. Поддержка в виде субсидии улусным печатным СМИ покрывает текущие расходы в части оплаты труда, полиграфических затрат, закупки газетной бумаги и частично (редакция арктической группы улусов) оплаты коммунальных услуг, гарантированного проезда в отпуск. Стоит обратить внимание, что общероссийская тенденция - создание крупных государственных холдингов на базе нескольких редакций

- не обошла стороной и РС (Я). В 2012 году на базе двух крупных газетных редакций на якутском и русском языках, информационного агентства и полиграфического предприятия создан республиканский холдинг «Сахамедиа» (ОАО). Помимо основной задачи - упаковать чиновничьи новости в привлекательную и современную форму – перед ним стоит задача реструктуризации, вмешательства в деятельность районных СМИ. Правда, путь этой реформы пока не очень ясен. На городском (главном) рынке есть емкость и можно зарабатывать на рекламе и продажах. Но, к сожалению, этим пока не могут похвастаться издания «Сахамедиа» (они проигрывают в борьбе за тиражи с негосударственными, национальными массмедиа, в количестве просмотров среди информационных агентств). Перед новым медиапроектом руководство региона также поставило задачи увеличить доходность и усилить влияние на аудиторию. Районные издания по факту не зарабатывают, а лишь могут отчасти покрывать текущие расходы, поэтому их хотят оптимизировать, закрыть, сделать вкладышами в республиканском госиздании. Но чиновники забывают, что местная пресса для развития территорий играет огромную роль, и задача медиаменеджеров состоит в развитии данных изданий, использовании их преимуществ. Местное население не откажется от своего издания, от привычки, от того информационного органа, который связывает его с территорией. Это как раз актуально в связи с новыми геополитическими задачами страны, развитием Дальнего Востока и Забайкалья. На примере крупного якутского холдинга мы видим, прежде всего, политическое влияние, усиление государственной информационной политики, несмотря на то, что организация не заработала в полную силу и многое придумывается и реализуется на ходу. Согласно государственной программе «Развитие региональных печатных и электронных средств массовой информации в 2012-2016 гг.», якутские власти готовы потратить 1 млрд. 188 млн. 499 тыс. рублей в год, а внебюджетных средств готовы привлечь на сумму 187 млн. 923 тыс. рублей. Это доказывает то, что власти заинтересованы в представлении своих интересов через СМИ. Очевидная динамика на рынке СМИ в РС (Я) выглядит, быть может, слишком традиционной и мало интересной, но на фоне последних изменений она непременно заслуживает, по крайней мере, внимания аналитиков.

Литература

1. Об основных итогах отрасли печати и средств массовой информации в 2012 году. URL: <http://sakha.gov.ru/taxonomy/term/1621>.
2. Государственная программа Республики Саха (Якутия) «Развитие региональных печатных и электронных средств массовой информации в 2012-2016 годы».
3. Перечень зарегистрированных СМИ, распространяемых на территории РС (Я). URL: <http://14.rkn.gov.ru/directions/p1941/p2513/> (дата обращения: 20.02.2014 г.)
4. Егор Борисов начал переформатирование государственных СМИ Якутии. URL: <http://www.egorborisov.ru/news/2349-mass-media.html>.
5. Егор Борисов: «Творческому человеку нужна свобода». URL: <http://www.egorborisov.ru/news/2107-smi.html>.