

**МЕСТНАЯ ПРЕССА
КАК ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЕСУРС**

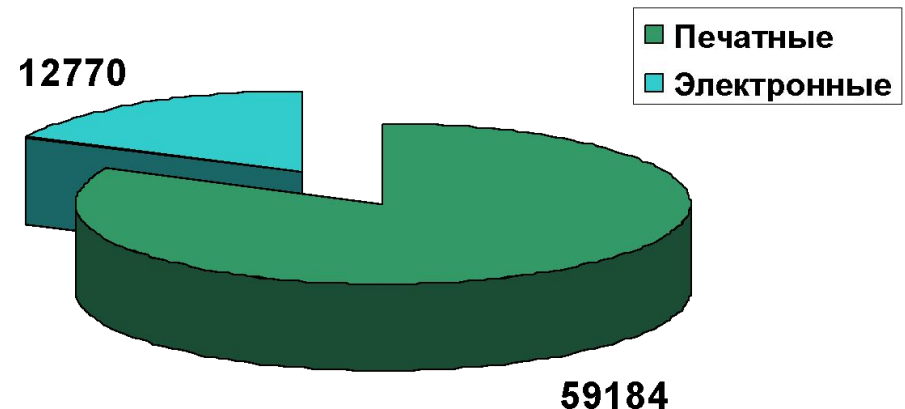
**Владимир Леонидович Касютин
Фонд развития информационной
политики**

Газетный рынок страны

Структура тиражей прессы



- ▼ В России зарегистрировано 26 558 газет
- ▼ Регулярно издаётся около 52%
- ▼ Общий тираж в 2006 году составил 8,05 млрд. экземпляров
- ▼ Тираж общероссийских газет (400 наименований) составил 2,8 млрд. экземпляров



В РФ зарегистрировано **71 954**
СМИ

Муниципальная пресса - лидеры

№	Субъект РФ	Количество газет	Средний тираж	Экз. на тыс. чел.
1	Москва	180	41 726	723
2	Мурманская область	28	8 750	274
3	Санкт-Петербург	90	13 531	263
4	Магаданская область	10	3 848	262
5	Новгородская область	22	7 797	257
6	Калининградская область	32	6 317	207
7	Московская область	125	10 538	199
8	Республика Коми	29	6 267	184
9	Алтайский край	70	6 669	182
10	Ханты-Мансийский АО-Югра	36	6 955	170
11	Псковская область	32	3 723	152
12	Республика Татарстан	71	7 967	150
13	Краснодарский край	81	9 007	142
14	Свердловская область	104	5 815	135
15	Республика Саха-Якутия	37	3 393	128

Региональная пресса - лидеры

№	Субъект РФ	Количество газет	К-во газет, учрежд. органами власти	Средний тираж	Экз. на тыс. чел.
1	Магаданская область	4	1	15075	410
2	Ярославская область	4	1	11275	328
3	Камчатская область	9	1	13021	326
4	Мурманская область	7	2	39071	313
5	Санкт-Петербург	19	2	63844	264
6	Пермский край	4	-	79375	264
7	Республика Тыва	13	6	5070	213
8	Калининградская область	4	-	51235	202
9	Новосибирская область	7	2	53194	139
10	Челябинская область	4	2	81000	112
11	Иркутская область	14	2	17738	103
12	Москва	3	1	214666	62
13	Саратовская область	16	3	7391	45
14	Республика Дагестан	16	13	7282	44
15	Московская область	4	2	53900	32

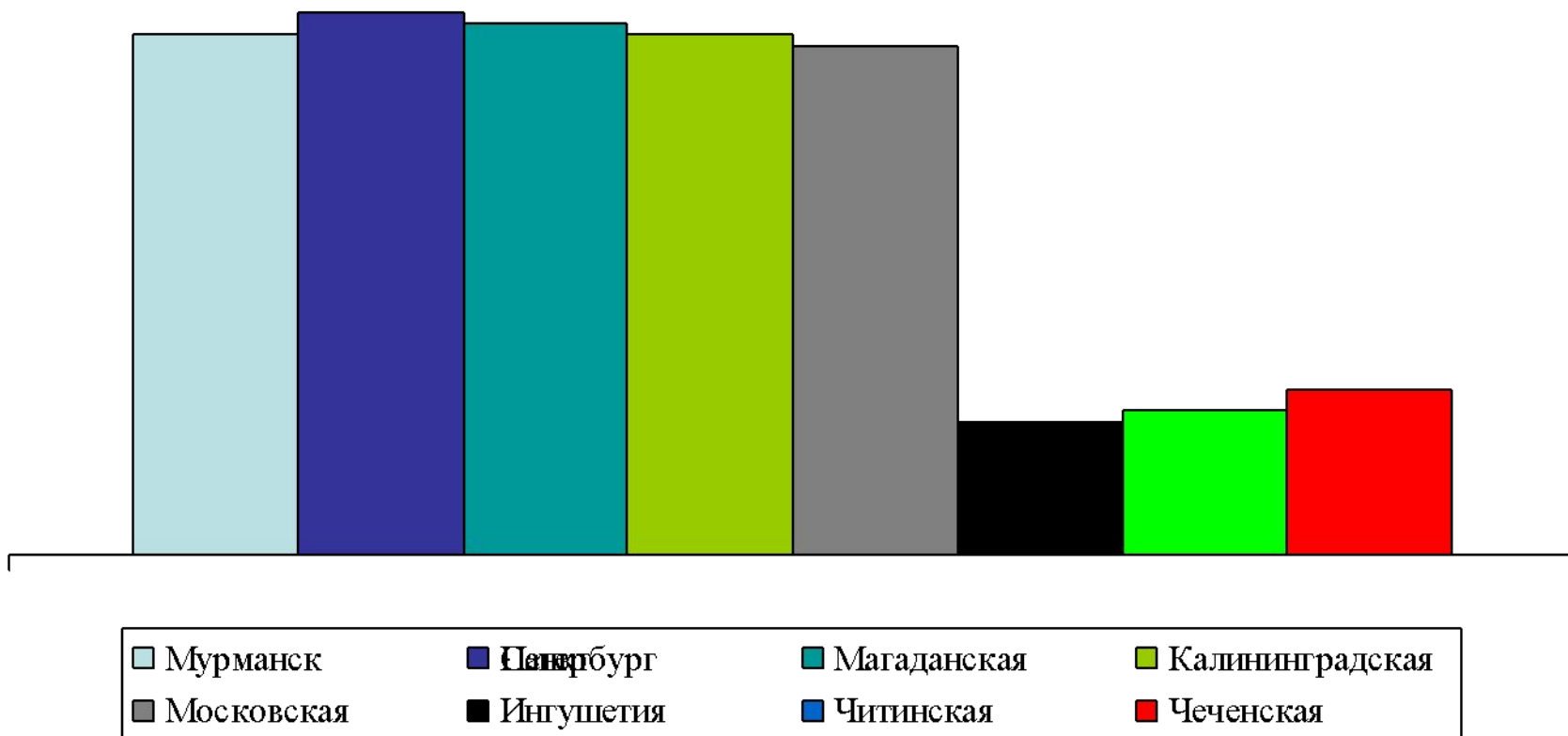
Муниципальная пресса – аутсайдеры

№	Субъект РФ	Количество газет	Средний тираж, экз.	Экз. на тыс. человек
1	Республика Ингушетия	3	999	6
2	Агинский-Бурятский АО	1	1 711	23
3	Чеченская Республика	14	2 428	29
4	Республика Тыва	11	947	34
5	Тульская область	25	2 269	35
6	Приморский край	23	3 587	36
7	Камчатская область	9	1 500	37
8	Астраханская область	12	3 418	41
9	Карачаево-Черкесская Респ.	7	2 857	46
10	Республика Бурятия	23	2 102	49
11	Читинская область	29	2 199	56
12	Республика Марий Эл	15	3 000	63
13	Корякский АО	4	4 155	66
14	Республика Чувашия	25	3 450	66
15	Хабаровский край	20	4 828	67

Региональная пресса - аутсайдеры

№	Субъект РФ	Количество газет	К-во газет, учрежд. органами власти	Средний тираж, экз.	Экз. на тыс. человек
1	Рязанская область	2	2	5325	8
2	Республика Ингушетия	2	2	2350	9
3	Ленинградская область	1	1	17147	10
4	Нижегородская область	5	4	7446	10
5	Читинская область	2	2	5800	10
6	Ставропольский край	2	1	15067	11
7	Чеченская Республика	3	3	5000	13
8	Курганская область	2	1	7940	15
9	Корякский АО	1	1	506	20
10	Ямало-Ненецкий АО	3	3	3766	21
11	Архангельская область	4	1	7645	23
12	Калужская область	4	1	5825	23
13	Ивановская область	3	1	8846	24
14	Кемеровская область	4	2	17779	27
15	Республика Адыгея	2	2	6000	27

Лидеры и аутсайдеры по двум ПОЗИЦИЯМ



Параметры влияния на плотность покрытия рынка

- ▼ Влияние региональной и муниципальной властей
- ▼ Динамика и характер экономического развития региона и территории распространения
- ▼ Численность, плотность, демографические характеристики и покупательная способность аудитории территории распространения
- ▼ Интенсивность развития малого и среднего бизнеса в регионе
- ▼ Политическая субкультура и стиль управления региона
- ▼ Отдаленность территории от федерального центра
- ▼ Квалификация топ-менеджеров (главных редакторов, директоров) и персонала редакций
- ▼ Методы дистрибуции
- ▼ Качество контента и дизайна
- ▼ Техника и технология полиграфического исполнения газет

Региональная пресса: влияние учредителей

Субъекты с наименьшим числом газет, в учредителях которых нет органов власти

- ▼ Агинский-Бурятский АО
- ▼ Еврейская область
- ▼ Кабардино-Блакарская Республика
- ▼ Карачаево-Черкесская Республика
- ▼ Корякский АО
- ▼ Костромская область
- ▼ Ленинградская область
- ▼ Ненецкий округ
- ▼ Республика Адыгея
- ▼ Республика Башкортостан
- ▼ Республика Ингушетия
- ▼ Республика Марий Эл
- ▼ Рязанская область
- ▼ Ханты-Мансийский АО-Югра
- ▼ Чеченская Республика
- ▼ Читинская область
- ▼ Чукотский АО
- ▼ Ямало-Ненецкий АО
- ▼ Астраханская область

Субъекты РФ с наибольшим числом газет, в учредителях которых нет органов власти

- ▼ Санкт-Петербург
- ▼ Саратовская область
- ▼ Иркутская область
- ▼ Тверская область
- ▼ Удмуртская Республика
- ▼ Республика Бурятия
- ▼ Камчатская область
- ▼ Самарская область
- ▼ Республика Тыва

Субъекты РФ без официальных региональных газет

- ▼ Калининградская область
- ▼ Приморский край
- ▼ Амурская область
- ▼ Новгородская область
- ▼ Пермский край
- ▼ Томская область
- ▼ Усть-Ордынский Бурятский АО

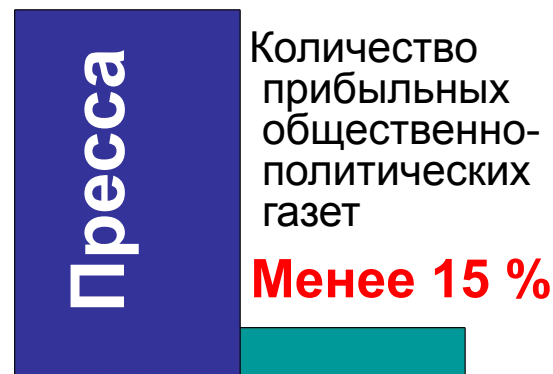
Деформация рынка и влияние региональных властей

Некоторые бесплатные местные общественно-политические издания

- ▼ Москва – 180 газет, выход 1-2 раза в месяц, совокупный тираж – более 7,5 млн.
- ▼ Санкт-Петербург – 90 газет, выход 1-2 раза в месяц совокупный тираж – более 1,2 млн.
- ▼ Республика Коми - «Наш любимый город Ухта» тираж 53 тыс.
- ▼ Краснодарский край «Народная газета Сочи» - тираж 100 тыс.
- ▼ Новгород - "Новгород" - тираж 92,5 тыс., «Новгородский курьер» - 80 тыс. экз.

Поддержка СМИ:

- ▼ Москва - 2,6 млрд. руб.
- ▼ Ямало-Ненецкий АО - 390 млн. руб.
- ▼ Краснодарский край – 328 млн. руб.
- ▼ Республика Дагестан – 172 млн руб.
- ▼ Волгоградская обл. – 147 млн. руб.
- ▼ Тамбовская обл. -66 млн. руб.



Влияние региональной власти

МУНИЦИПАЛЬНАЯ ПРЕССА

- ▼ Регионы-лидеры по тиражам и насыщенности рынка характеризуются высокой степенью влияния на муниципальную прессу: дотации, кадровая и информационная политика
- ▼ Влияние власти в целом **улучшает** ситуацию

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРЕССА

- ▼ Регионы-лидеры характеризуются высокой конкурентностью рынков прессы, значительным числом изданий, в учредителях которых нет органов региональной власти
- ▼ Влияние власти в целом **ухудшает** ситуацию

Учредители и организационно-правовые формы муниципальной

прессы

- ▼ Управления по печати субъекта РФ – отраслевые органы исполнительной власти
- ▼ Органы представительной власти субъекта РФ
- ▼ Администрации муниципальных образований и их подразделения
- ▼ Местные советы депутатов
- ▼ Редакции в различной организационно-правовой форме
- ▼ Предприятия и организации
- ▼ Частные лица
- ▼ без статуса юридического лица (как подразделение муниципалитета)
- ▼ ГУ, МУ – государственное, муниципальное учреждение
- ▼ ГУП, МУП – государственное, муниципальное унитарное предприятие
- ▼ НП, АНО - некоммерческое партнерство, автономная некоммерческая организация
- ▼ МП, ООО, ОАО – малое предприятие, акционерные общества

Учредители и организационно-правовые формы муниципальной

- ▼ В Ивановской, Тюменской областях, Красноярском, Хабаровском краях, Ямало-Ненецком автономном округе, Республиках Татарстан и Кабардино-Балкарии редакции не включены в состав учредителей газеты
- ▼ В Самарской, Архангельской, Свердловской, Тамбовской области, Республике Татарстан редакции местных газет выведены из-под юрисдикции муниципальных органов власти и объединены с государственными региональными газетами в **единые государственные медиа-холдинги**

прессе

В форме учреждений функционируют редакции Московской, Воронежской, Тульской, Ульяновской, Пензенской, Свердловской областей, Республики Алтай, Республики Коми, Республики Татарстан, Республики Саха-Якутия. Финансируя учреждение по смете, учредитель получает возможность публикации своих официальных материалов, минуя конкурсы

- ▼ В Амурской, Владимирской, Белгородской, Иркутской, Калужской, Ярославской, Вологодской, Челябинской областях, Пермском крае часть редакций организована как **некоммерческое партнерство и автономные некоммерческие организации**. Они обладают правом собственности на переданное им учредителями имущество. Члены партнерства имеют возможность получить при выходе из него (или при ликвидации) часть имущества

Тренды развития

МЕСТНАЯ ПРЕССА

Государственная и муниципальная

- ▼ Лояльность в обмен на дотации
- ▼ Продукт, в целом не ориентированный на рынок

Частная

- ▼ Средство влияния бизнеса на власть
- ▼ Тяготение к таблоидной модели

Обе модели сегодня в той или иной мере представляют собой инструмент манипуляций локальных финансово-политических группировок и местных властных структур

Муниципальная пресса и РЫНОК

Типы газет

1.

Подготовленные
к рынку

2. Частично

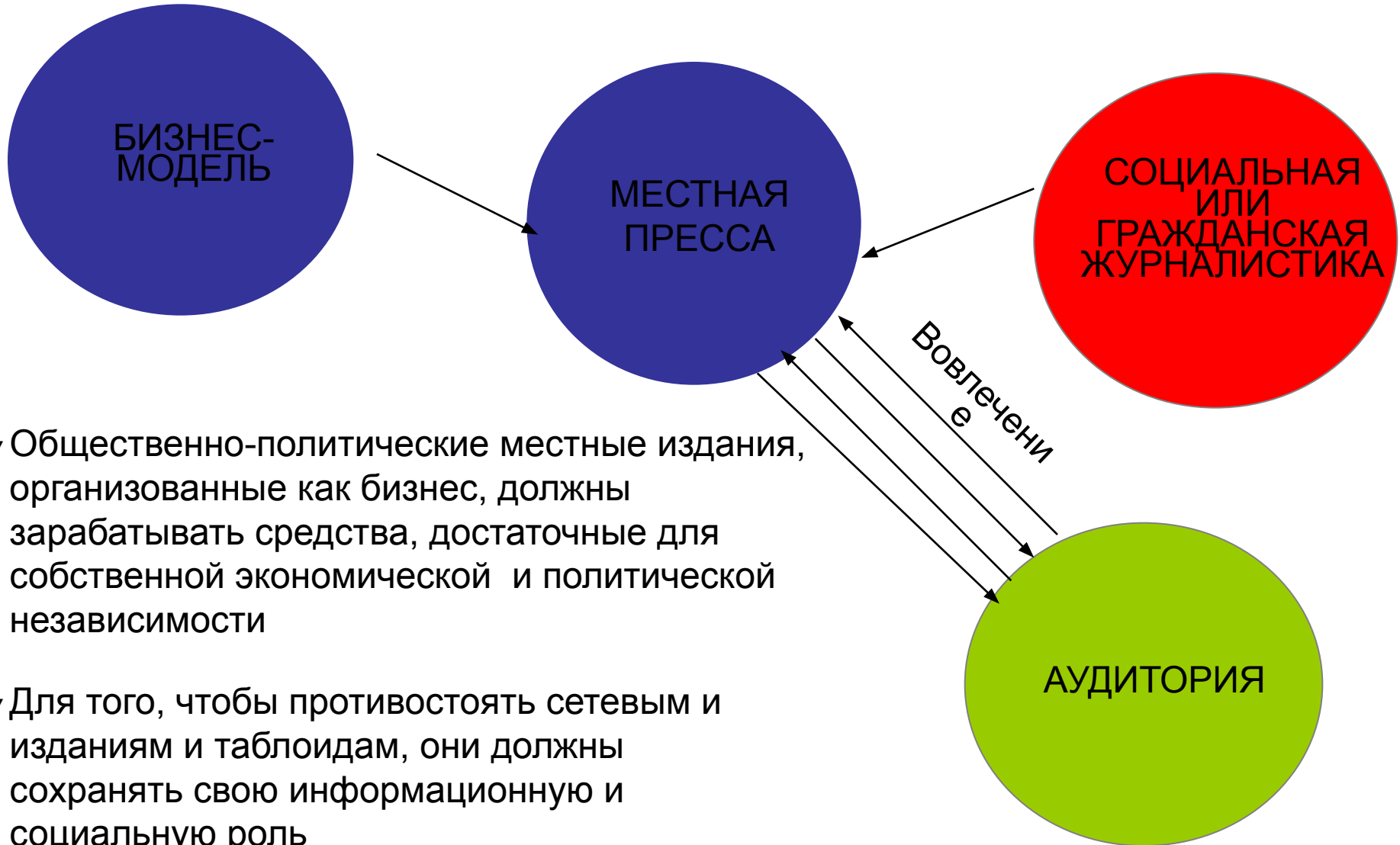
подготовленные

4. Никогда

не адаптируются

1. Газеты, способные выжить самостоятельно, без дотаций
2. Газеты, нуждающиеся в дотациях которым необходим переходный период, за время которого они приобретут навыки выживания,
3. Газеты наиболее депрессивных территорий, для которых необходимо сохранить систему дотирования
4. Никогда не адаптируются

Возможная модель



▼ Общественно-политические местные издания, организованные как бизнес, должны зарабатывать средства, достаточные для собственной экономической и политической независимости

▼ Для того, чтобы противостоять сетевым и изданиям и таблоидам, они должны сохранять свою информационную и социальную роль

Будущее региональной прессы

Варианты
будущего

1. Игнорирование
рынка

2. Сужение рынка

3. Уход с рынка

4. Победа на рынке

- ☉ Игнорирование рынка (Ханты-Мансийский АО Югра и другие благополучные территории)
- ☉ Сужение рынка – превращение в газеты центров регионов (в стране 13 городов миллионников, 168 городов с численностью населения более 100 тыс. человек)
- ☉ Уход с рынка (выход в качестве приложения к муниципальным газетам)
- ☉ Победа на рынке (построение бизнес-модели, креативные сценарии маркетинга и распространения)

Возможные этапы эволюции местной прессы

*Просматриваются в ряде местных газет **Московской, Свердловской, Калининградской областей, Краснодарского края, Республики Татарстан***

- ▼ Создание графической и тематической моделей, адаптированных под информационные и экономические потребности аудитории
- ▼ Создание базы постоянных рекламодателей и освоение локального рекламного рынка
- ▼ Увеличение объема, переход на полноцветную печать
- ▼ Увеличение продаж розницы и создание собственной службы распространения (малые территории с высокой плотностью населения)
- ▼ Достижение и удержание на определенное время оптимального тиража
- ▼ Запуск электронной версии в интернете
- ▼ Сокращение периодичности выхода бумажной версии (еженедельник), обновление электронной версии в режиме реального времени
- ▼ Преобразование в мультимедийное предприятие, собирающее, обрабатывающее и продающее информацию в цифровых и бумажных версиях

Местная пресса в интернете

- ▼ **43 % региональных изданий** имеют интернет-версии
- ▼ **Лидером по освоению интернета является муниципальная пресса Московской области**, здесь **около 40 %** районных и городских газет уже имеют интернет-версии
- ▼ **В Татарстане доступ к сети имеют 86 муниципальных изданий**, открыт портал www.tatmedia.com, где у каждой районной и городской газеты есть своя страничка и возможность выкладывать собственные материалы
- ▼ Активнее входят в мировую коммуникационную сеть газеты экономически более развитых регионов (**Челябинская, Свердловская область**), крупных и средних городов, частные издания

В России:

- @ **30 млн.** пользователей интернетом
- @ **20 млн.** домашних компьютеров
- @ **140 млн.** пользователей сотовой связи
- @ Работает **500 тыс.** русскоязычных сайтов
- ▼ Несмотря на сравнительно невысокие расходы по созданию и наполнению электронной версии, потребность в активном использовании Интернетом в целом у коллективов местных печатных СМИ **не сформирована**
- ▼ Главной проблемой является **непонимание значительной части менеджмента локальной прессы тенденций** в развитии коммуникационной среды

Газеты сельских районов в интернете

В России:

- ▼ **30 млн.** пользователей Интернетом
- ▼ **20 млн.** домашних компьютеров
- ▼ **140 млн.** пользователей сотовой связи
- ▼ Работает **500 тыс.** русскоязычных сайтов

№	Название издания	Территория бумажной версии	Интернет-версия
1	Орловская газета	Орловский р-н Кировской обл.	www.orlovskayagazeta.narod.ru
2	Уваровская жизнь	Уваровский р-н Тамбовской обл.	http://www.ulife.tamb.ru/
3	Неманские вести	Неманский р-н Калининградской обл.	www.news.neman-online.info
4	Дружба	Мишковский р-н Респ. Башкортостан	/mishred.narod.ru/
5	Борисоглебские вести	Воронежская область	www.borvest.narod.ru
6	Победа	Нижнеингашский р-н Красноярского края	www.krasnet.ru/~victory
7	Ветлужский край	Шарьинский р-н Костромской обл.	www.wetlkrai.ru
8	Маяк»	Ардатовский р-н Респ. Мордовия	mayak-ardatov.boom.ru
9	Сельские огни	Муслюмовский р-н Респ. Татарстан	www.muslum.ru
10	Путь Октября	Советский р-н Ханты-Мансийского АО-Югра	www.octobersway.ru
11	Баймакский вестник	Баймакский р-н Респ. Башкортостан	www.baimvestnik.narod.ru

Местная пресса как информационный ресурс

- ▶ Консервативный и в целом неконкурентоспособный участник информационного рынка
- ▶ Практически не влияет на информационную открытость власти, порой выполняет функции информационного рэкетира
- ▶ Сторонний наблюдатель, формально фиксирует процессы, происходящие в обществе
- ▼ Наиболее доступный источник социально значимой информации для населения всех субъектов РФ
- ▼ Интегрирует информационное пространство страны
- ▼ Формирует общественное мнение и сознание больших групп людей, и, в определенной степени, организует их поведение
- ▼ Часть российского исторического наследия и этнографии, носитель культурных традиций и местной среды

Развитие местных общественно-политических СМИ способствует:

- **выравниванию информационных возможностей субъектов РФ**
- **сохранению общенациональной культуры и идентичности**
- **развитию российской государственности**

МЕСТНАЯ ПРЕССА как общенациональный информационный ресурс

Владимир Леонидович Касютин
Фонд развития информационной политики

- ☐ Тел. (495) 727 15 06; 510 17 76;
- ☐ e-mail: gazetauspeha@list.ru