

# Борис Соркин: Быстрой гибели бумажных СМИ в России мешают два фактора

Управляющий директор федерального информационного агентства REGNUM Борис Соркин не согласен с прогнозом Фонда развития гражданского общества относительно скорости умирания бумажного сегмента печатных СМИ в России. "Да, тренд в представленном докладе верный, но я не согласен со сроками", - заявил Соркин 13 ноября, комментируя прогноз практической полной гибели газет к 2030 году.

По его мнению, эта смерть не будет такой быстрой, как прогнозируется: "У всего всегда будет своя аудитория. Мы неоднократно слышали, что умрут театр и газеты, и останется только ТВ. Но это вопрос гораздо большего времени, нежели 15-20 лет. В России есть два ограничивающих фактора. Первый - проникновение сети интернет, который сейчас компенсируется развитием мобильного интернета. То есть там, где невозможно положить кабель, будет мобильный интернет. Только вопрос - когда. Тут же встает другой вопрос - благосостояния населения - сможет ли человек позволить себе купить смартфон, с которого можно читать новости, смотреть мобильное ТВ или слушать интернет-радио".

То есть для того, чтобы традиционные СМИ ушли в интернет, этот самый интернет и соответствующие устройства должны быть у потребителя.

Вторым важным фактором в развитии интернета и СМИ в интернете в его российском сегменте управляющий директор ИА REGNUM называет "вымирание красных директоров", которые не понимают, что такое интернет и продолжают вкладывать огромные суммы денег в рекламу в печатных СМИ.

"Об этом факторе вообще мало кто говорит и мало кто его понимает, но это данность, - отмечает Соркин. - Пока эти люди физически не отойдут от дел, газеты будут жить. Эта тенденция хорошо иллюстрируется и на системе традиционных рекламодателей. Например, производители автомобилей рекламируются в основном в газетах и глянце, ТВ, радио, а продавцы автомобилей - в основной своей массе ушли в интернет. Потому что там сидят реальные конкретные бизнесмены, которые видят, что интернет-продажи дают до 80 процентов общего объема продаж. По цене эта реклама сопоставимо дешевле, нежели размещение в газете или на телевидении. И пока из советов директоров крупнейших холдингов-производителей автомобилей не уйдут старики, которые не понимают, что такое интернет и которые не хотят этого знать, довольствуясь привычными бумажными изданиями, и не заменятся поколением, которое родилось при интернете, этот перекос будет".

Борис Соркин акцентирует внимание, что изменения в СМИ уже повлекли за собой изменения и в рекламе, они продолжаются значительное время, но этот процесс достаточно длительный. Он обращает внимание, что тут целый ряд факторов: "Например, монополизм рекламных агентов. Причем те, кто сидит на конечном продукте, все понимают. Аналитика показывает, что покупают отсюда, здесь я разместил рекламу, здесь и покупают. Но чем выше, тем понимание хуже. "Красным директорам" кажется, что мы разместим в такой-то газете и охватим весь рынок. На самом деле они ничего не охватывают. Это не продажа продукта, а раскручивание бренда".

Кроме того, по мнению Соркина, переход традиционных СМИ в интернет не повлечет за собой борьбу за аудиторию. Он объясняет это тем, что основная масса людей читает новости через агрегаторы, такие как Яндекс-новости, Rambler-media, или пользуются ссылками на самих СМИ на обменные сети, которые тоже, в конечном счете, являются агрегаторами: "Вопроса нехватки аудитории не существует. Один и тот же человек в день может прочитать десятки и сотни новостей от разных источников".

Отдельная категория людей - те, кто заходят на конкретный ресурс, чтобы почитать новости - это так называемое ядро аудитории. Оно небольшое у разных СМИ, и у каждого свое, у старых - больше, и это одна из причин по которой до сих пор не умрет Rambler. "Это вопрос привычки, - подчеркивает Соркин. - То есть, если человек привык выписывать одну и ту же газету, он ее и продолжает выписывать. Также люди привыкли ходить на один и тот же источник, который у них в закладках".

Напомним, 13 ноября ФоРГО представил доклад "Традиционные медиа в 2020 году: тенденции и прогнозы". В нем в частности, дается негативный прогноз по ситуации на рынке печатных СМИ с перспективой почти полного исчезновения данного сегмента в его бумажном виде в промежутке между 2020 и 2030 годом.

Также отмечается, что традиционные СМИ вынуждены будут уходить в интернет. Негативным фактором для радиостанций называется постепенное сокращение домашнего радиослушания из-за оттока аудитории в пользу сервисов потокового интернет-аудио. "Телеканалы постепенно будут утрачивать монопольный статус дистрибуторов профессионального телевизионного контента. Период до 2020 года станет временем развития платформ потокового онлайн-видео, агрегирующих контент различных производителей. Все большая доля телесмотрения будет приходиться на альтернативные устройства просмотра - компьютеры, планшеты и смартфоны. Способствовать этому будут как интернет-сервисы агрегации видеоконтента, так и сами телеканалы, организующие онлайн-трансляции эфиров на своих сайтах. Продолжится развитие технологий "второго экрана" (second screen), увеличивающих интерактивный потенциал телевидения и позволяющих совместить телевизионное смотрение с активностью в интернет-пространстве", - говорится в докладе.

Автор: Артур Скальский © Regnum.ru ОБЩЕСТВО, РОССИЯ 2410 14.11.2013, 23:26 458

URL: <https://babr24.com/?ADE=120647> Bytes: 5246 / 5246 Версия для печати Скачать PDF

 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

[newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

Автор текста: **Артур  
Скальский.**

#### 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: eqquatoria@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](#)