

Кризис для СМИ: война или мать родна?

Как отразится экономическая нестабильность на рынке печатных СМИ? Уже сейчас на эту тему спорят редакторы крупных печатных изданий.

Финансовый кризис уже коснулся печатных СМИ. Как сообщает РБК daily, есть первые жертвы. Закрылись два столичных издания — «Московский корреспондент» и «Москва: инструкция по применению». Эксперты утверждают, что в ближайшее время к ним могут присоединиться и другие городские и районные издания.

Вице-президент «Медиасоюза», Елена Зелинская прогнозирует: «Печатная пресса будет испытывать большие трудности. Очевидно, будут закрываться запланированные проекты, в ближайшем будущем подожметесь рекламный рынок, будут проблемы с бумагой. При этом в худшем положении окажутся городские и районные газеты, которым требуется значительная государственная поддержка».

Однако редакторы крупных федеральных газет говорят о совершенно ином сценарии. Они уверены, что в период кризиса устойчивые общественно-политические печатные СМИ не «потонут», а, наоборот, окажутся «на плаву» — будут расширяться и увеличивать тираж.

Главный редактор «Московского комсомольца» Павел Гусев не видит в закрытии столичных печатных изданий влияния кризиса: «Скорее, это кризис жанра. Более того, кризис способствует развитию печатных СМИ. Продажи нашей газеты значительно выросли за последний период. Читатели сейчас очень интересуются новостями, связанными с кризисом, и более активно покупают газеты», — заявил Гусев.

С ним соглашается и главный редактор «Комсомольской правды» Владимир Сунгоркин: «В период кризиса устойчивые общественно-политические печатные СМИ имеют шанс повысить интерес к своему изданию и нарастить тираж. Однако это касается только тех изданий, которые пользуются доверием у своего читателя и имеют солидную аудиторию».

Действительно, на фоне мирового финансового кризиса ощутимо вырос интерес к экономическим новостям и аналитике. И тому есть подтверждения. За последние два месяца заказы розничных сетей на газету «Ведомости» выросли на 20%, увеличился интерес к подписке, пишет Mediaatlas.

«Кризис — это время, когда деловая информация особенно востребована, — утверждает главный редактор газеты «Ведомости» Елизавета Осетинская. — Сейчас читателям принципиально важно видеть объективную картину и оценку происходящего».

Чтобы удовлетворить потребность читателей в качественной и оперативной информации, руководство газеты приняло решение увеличить печатный объем. С 10 октября по понедельникам и четвергам газета выходит на 20 полосах. Расширение произошло за счет дополнительных полос: «Финансы», «Конкуренция», «Комментарии», «Менеджмент», «Действующие лица», «Потребительский рынок» и «Крупным планом».

Однако о тотальном росте тиражей печатных СМИ говорить не приходится. Повезет тем газетам, которые ориентированы на читателя, а не на рекламодателя, которые уже проверены временем и имеют устоявшуюся читательскую аудиторию. Остальным придется несладко. В первую очередь потерпят крах проекты, которые не успели жестко занять собственную нишу на рынке печатных изданий и не имеют стабильной аудитории.

Это что касается федеральных СМИ. РЕКЛАМА-МАМА опросила редакторов нескольких ведущих печатных изданий Красноярска и выяснила, что они не видят возможностей для развития за счет повышенного интереса читателя к финансовому кризису.

«Думаю, никаких скачков в минус или плюс не будет. Для крайних выводов оснований пока нет. Все будет так, как будет развиваться экономика», — делится с РЕКЛАМОЙ-МАМОЙ редактор ««МК» в Красноярске» Елена Уляшева. Все, на что рассчитывает издание, — удержать то, что есть, не реагируя на панические настроения, поскольку кризис, по мнению Елены Уляшевой, в сибирский регион еще не пришел.

А вот главный редактор газеты «Красноярский рабочий» Владимир Павловский к идущему кризису готовится, но что он принесет газете, пока не знает. «Очень может быть, что на интересе читателя к экономической ситуации можно «выехать» печатным СМИ, — считает главный редактор. — На данный момент у глянцев не все гладко, у рекламных изданий тоже, а общественно-политических газет все меньше и меньше. Я уже поставил себе задачу проанализировать, растёт, или не растёт интерес к газетам. В душе паники нет, есть вера в лучшее, но безосновательно оптимистом быть не хочется».

Информационный голод усиливается во времена экономической нестабильности. Это факт. Поэтому какое-то разделение на «нужные» и «ненужные» печатные издания все равно произойдет. Пока же региональные СМИ на судьбу не жалуются, ждут, что будет дальше.

Автор: Артур Скальский © Реклама-мама ОБЩЕСТВО, РОССИЯ 👁 2658 04.11.2008, 11:10

URL: <https://babr24.com/?ADE=48467> Bytes: 4517 / 4517 [Версия для печати](#) [Скачать PDF](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читай те эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

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](#)