

Будущее печатных СМИ обсудили на медиафоруме в Сочи

Как печатным СМИ выжить в современном мире в условиях сокращения тиражей, падения доходов от рекламы и ухода аудитории «в цифру»?

Эта актуальная проблема стала сегодня темой одной из сессий медиафорума независимых

региональных и местных СМИ «Правда и справедливость», проходящего в эти дни в Сочи.

Обсудить с журналистами со всей страны сложности, с которыми сталкивается печатная пресса, на берег Черного моря приехали представители сильнейших бумажных изданий страны, которым удастся меняться и завоевывать аудиторию в интернете и социальных сетях, но в то же время не терять поклонников печатной версии. Это гендиректор барнаульского издательского дома «АлтаПресс» Юрий Пургин, гендиректор «Российской газеты» Павел Негоица, замглавного редактора по регионам ИД «Комсомольская Правда» Евгений Сазонов и замглавного редактора «АИФ» Индира Кодзасова.

Юрий Пургин в самом начале беседы обратил внимание на важность сохранения доверия аудитории – лишиться его очень просто в погоне за эксклюзивностью и оперативностью, публикуя непроверенную информацию в надежде опередить конкурентов. С этим согласились все эксперты. Как и с утверждением, что в борьбе на быстро меняющемся медиарынке выживут сильнейшие – те, кто смогут найти новые методы работы, почувствовать свою аудиторию и ее потребности.

Павел Негоица рассказал о методах, которыми завоевывает аудиторию и поддержку коллег «РГ». Особый интерес со стороны журналистов из регионов вызвал проект, в рамках которого пользоваться контентом нашего издания – от интервью до



инфографики – могут региональные СМИ. «Мы рассылает обзор наших наиболее важных публикаций партнерам, которые на безвозмездной основе могут их перепечатать, использовать оттуда факты, заказать у нас инфографику к ним, добавить собственный комментарий или экспертное мнение, – пояснил Негоица. – Условие одно – в том или ином виде должно быть указано, что основным поставщиком этого сюжета выступает «РГ». Начиналось такое партнерство с «Урюпинской правды», а сейчас число изданий-партнеров сильно перевалило за сотню, причем это не только областные СМИ, но и районные газеты, добавил гендиректор «Российской газеты».

Живую реакцию аудитории вызвал рассказ Евгения Сазонова – он объяснил, что в «КП» на первом месте стоит сайт, а газета выступает лишь бумажным дайджестом самых популярных в онлайн текстов. При этом журналист должен быть универсальным, способным выходить в эфир на радио, хорошо писать короткие и расширенные тексты, снимать фото и видео, подчеркнул Сазонов. Индира Кодзасова напомнила, что «АИФ» – это еженедельник, и поэтому его редакции было сложнее начинать работать на высоких скоростях в интернете, однако это получилось и газетные материалы в формате «вопрос – ответ» оказались популярны в Сети, поскольку там распространены такие запросы.

По тексту Александра Мелешенко

