

Тенденции развития моделей подписки на газетном рынке Норвегии

Научный руководитель – Вартанова Елена Леонидовна

Простякова Вероника Алексеевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: prnixn@mail.ru

Большинство печатных СМИ Норвегии пересмотрели традиционную модель подписки. Теперь все больше изданий предлагают комбинированную модель, включающую подписку на бумажную версию газеты и доступ к ее онлайн версии (полная подписка) или предлагают только доступ к электронной версии. В 2015 году 100 газет использовали комбинированную модель подписки. В 1996 году электронных версий газет было 71, к 2015 их стало 222, а печатных изданий - 228. Эта тенденция говорит о росте и популярности именно онлайн версий, поэтому комбинированная модель подписки может не только помочь в развитии интернет версий, но и не допустить отрицательной доходности печатных выпусков.

Крупнейшие газеты Норвегии намеренно снижали тиражи для привлечения аудитории к электронным версиям газет. В 2014 году 186 газет имели цифровой тираж 903 000, а уже к 2015 году из 228 газет, у 191 газеты был цифровой тираж, а общий цифровой тираж газет составил 1381 000, что составляет 68% от общего тиража. Этому росту способствовало также и то, что многие редакции ввели модель цифровой подписки. Отметим, что, согласно отчету самой крупной норвежской медиакомпании «Шибстед» за 4 квартал, таблоид «ВГ», принадлежащий ей, увеличил аудиторию цифровой версии на 76 000 абонентов, что на 36% больше, по сравнению с 2014 годом.

В 2014 и 2015 годах были инвестированы значительные средства для увеличения аудитории именно цифровой версии газеты. Таким образом, читатели печатной версии стали отдавать предпочтение цифровой газете. Подобная ситуация сложилась и с газетой «Дагбладет», которая увеличила свою цифровую аудиторию на 20% за прошлый год. Представители «Шибстед», которой принадлежат «ВГ» и «Афтенпостен», газеты с самым высоким уровнем снижения печатных тиражей в 2015 году, заявили, что целенаправленно сокращают тиражи печатных изданий, для роста цифровой аудитории. Ценовая политика издания «Афтенпостен» - подтверждение этого факта. Стоимость подписки на печатную версию газеты в 2015 году составляла 409 норвежских крон, а подписка на электронную версию всего 199 крон. Кроме меньшей цены на подписку, на сайте предлагается удобная навигация для пользователей.

Таким образом, результатом введения новых моделей подписки на газетном рынке Норвегии стала тенденция цифровизации печатных СМИ. Газеты «ВГ» и «Дагбладет» выделяются среди других норвежских газет непропорционально большой долей читателей в Интернете, по сравнению с печатными изданиями. Эти газеты становятся цифровыми, активно увеличивая аудиторию.

Источники и литература

1) Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пос./ под ред. Е.Л.Вартановой.-М.:Аспект Пресс, 2003

2) Sigurd Høst. Avisåret 2015 ([http://www.mediebedriftene.no/Tall-Fakta1/BETALINGS RAPPORT/avisaret-2015-ferisk-rapport/](http://www.mediebedriftene.no/Tall-Fakta1/BETALINGS-RAPPORT/avisaret-2015-ferisk-rapport/))

3) schibsted.no