B2Blogger.com
маркетинг для бизнеса

http://b2blogger.com/pressroom/release/10150.pdf

Главный редактор МК о социальной функции подписки

21 April , 2008 - ИД "Московский комсомолец" | Просмотров: 117
Медиа и СМИ Маркетинг, Реклама и PR
мк подписка гусев

17 апреля в Государственной Думе состоялось совместное заседание Комитета по информационной политике, информационным технологиям и связи и Комиссии Общественной палаты Российской Федерации по коммуникациям, информационной политике и свободе слова в СМИ, посвященного вопросам подписки на периодические печатные издания.

Участником и одним из организаторов заседания выступил Председатель Комиссии Общественной палаты РФ и главный редактор газеты «Московский комсомолец» П.Н.Гусев.

На повестку дня был поставлен вопрос подписки на периодические печатные издания. В России подписка на периодические издания является устоявшейся, а для миллионов граждан – единственной формой доступа к информации о жизни страны и общества. Необходимо учитывать, что в России 22,7 млн. человек проживает на территории с неразвитой инфраструктурой, где приобрести газеты и журналы зачастую можно только по подписке. Кроме того, в сельской местности подписка по сути дела является единственным способом получения газет и журналов. Поэтому можно смело утверждать, что распространение изданий по подписке в нашей стране играет важную социальную роль.

По словам Павла Гусева (главы Общественной палаты и главного редактора газеты «Московский комсомолец»), сегодня к нему поступают десятки писем с подписью главных редакторов районных газет о том, что у них нет ни одного киоска, и распространять газеты они могут только подпиской.

«Я думаю, сегодня нельзя смотреть на распространение газет как на бизнес. Сегодня это – социальное дело. Мы просим элементарного – посмотреть на мировой опыт. Сегодня во многих странах Европы подписка – дело дотируемое. Более того, уже есть цифра. Примерно 2,5 миллиарда рублей в год – цена вопроса того, чтобы дотировать почту, не отдельные газеты», – отметил Павел Николаевич.