
ЗАЧЕМ МИЛЛИАРДЕРЫ СКУПАЮТ РАЗОРЯЮЩИЕСЯ АМЕРИКАНСКИЕ ГАЗЕТЫ?

И.С. Пильщиков

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье автор предпринимает попытку проанализировать причины, по которым в США миллиардеры скупают убыточные издания. В эпоху Интернета все большее количество традиционных СМИ сталкивается с трудностями с увеличением аудитории и получением прибыли. Тем более странным в данной ситуации кажется приобретение миллиардерами разоряющихся изданий в США.

Ключевые слова: печатные СМИ, США, американские газеты, Уоррен Баффет, Джон Генри, Джеффри Безос, Интернет.

Газетную отрасль США в 2013 г. потрясли сразу несколько неожиданных крупных сделок. Были проданы такие влиятельные и известные издания, как «Вашингтон пост» и «Бостон глоб», не говоря уже о десятках менее значимых газет. Надо сказать, что последние годы были для американских печатных СМИ весьма непростым временем.

Многие из некогда влиятельных газет и журналов проиграли в ожесточенном соперничестве с интернет-изданиями. Так, один из крупнейших в США медиа-концернов «Трибьюн», издающий газеты «Лос-Анджелес таймс» и «Чикаго трибьюн», в декабре 2008 г. был вынужден объявить о банкротстве в связи с тем, что не смог выплатить долги в размере 13 млрд долл. В 2009 г. один из крупнейших издательских домов США «Конде Наст» закрыл сразу шесть своих изданий.

Не мог похвастаться успехами в последние годы и другой серьезный игрок на рынке печатных изданий — компания «Нью-Йорк таймс», выпускающая одноименную газету, а также деловое издание «Уолл-стрит джорнэл», которые занимают соответственно второе и первое места в США по объемам тиража среди ежедневных газет. С 2007 по 2011 гг. компания была вынуждена распродать многие из своих активов, в том числе около десятка телевизионных станций.

Ведущие газеты США, в числе которых «Нью-Йорк таймс», «Уолл-стрит джорнэл», «Бостон глоб» и «Вашингтон пост», из-за финансовых трудностей были вынуждены начать взимать плату с читателей за доступ к своим статьям, размещенным в их электронных версиях.

Главные причины того, что традиционные СМИ проигрывают интернет-изданиям в США, широко известны. Прежде всего, доля американских граждан, пользующихся Интернетом, в последнее десятилетие неуклонно росла и, по официальным оценкам, составила на 2012 г. 81%. Таким образом, аудитория интернет-СМИ в США постоянно расширяется. Кроме того, печатные газеты и журналы при прочих равных условиях практически всегда уступают своим цифровым аналогам по таким показателям, как оперативность, возможный объем публикаций, себестоимость.

Очевидно, что традиционные СМИ изначально находятся в проигрышном положении из-за того, что их, прежде чем предложить покупателю, сначала надо отпечатать и доставить, что требует немалых ресурсов и много времени, тогда как непосредственное размещение публикации на электронной странице не предполагает существенных затрат и занимает лишь несколько секунд. Интернет-СМИ также могут предложить своим читателям более широкий спектр услуг: просмотр видеофайлов и фотоархивов, а также ссылки на другие материалы по интересующей читателя теме. Еще одним преимуществом онлайн-СМИ является то, что они реже, чем печатные издания, берут плату за доступ к своей продукции.

Следствием всего этого стало то, что рекламодатели сейчас охотнее тратят деньги на размещение информации о своих товарах и услугах в Интернете, а не в печатных СМИ. По оценкам американской исследовательской компании «И-маркетер» в 2012 г. в США расходы на рекламу в Интернете составили 39,5 млрд долл., тогда как суммарные траты на объявления в печатных газетах и журналах оказались на уровне 33,8 млрд долл. Доходы от рекламы в электронных СМИ стабильно растут, а в традиционных — падают.

Закономерным результатом сложившейся ситуации стали две тенденции: традиционные СМИ пытаются все глубже уйти в Интернет или же разоряются. Но находятся и те, кто готовы приобрести малоприбыльные, теряющие популярность печатные издания. В данной роли особенно часто в США в последние годы выступают миллиардеры и крупные инвесторы. Подобные сделки, как правило, привлекают пристальное внимание со стороны делового и медиа сообществ. Все чаще в США наблюдатели и аналитики задаются вопросом, зачем успешные бизнесмены, в предпринимательском чутье которых нет ни малейших сомнений, совершают заведомо проигрышные и убыточные капиталовложения; есть ли у них некие тайные замыслы, касающиеся того, как можно дать вторую жизнь приобретенным изданиям, или же они видят какие-то другие возможности для использования в своих интересах традиционных СМИ.

Одним из предпринимателей, наиболее активно приобретающих в США газеты, является Уоррен Баффет, входящий в число самых влиятельных в мире инвесторов. Лишь за 2012 г. возглавляемый им холдинг «Беркшир хатауэй» приобрел около 30 газет общей стоимостью 344 млн долл. Данная сумма, с одной стороны, не кажется такой уж значительной, учитывая, что совокупные активы «Беркшир хатауэй» составляли, по данным за 2012 г., около 427 млрд долл. С другой стороны, в масштабах газетной отрасли эта цена является весьма высокой.

Баффет не скрывает своих планов в отношении регулярно приобретаемых им изданий. «Мы с Чарли (имеется в виду партнер Баффета по бизнесу Чарльз Мангер, американский инвестор, вице-председатель «Беркшир хатауэй») любим газеты, если их экономическая модель имеет смысл», — отметил Баффет в письме, распространенном среди акционеров холдинга [1]. Он подчеркнул, что, хотя газетный бизнес в целом, по его мнению, находится на стадии спада, одной из возможных прибыльных ниш в нем являются городские газеты, специализирующиеся на местных новостях. Такие издания, как сказал миллиардер, освещают главным

образом локальные события, касающиеся конкретного города и его жителей, о которых читатели не могут узнать из других газет и журналов. Данные СМИ при этом уделяют значительно меньше внимания международной или общенациональной тематике. «Газеты сохраняют безраздельное владычество в том, что касается информирования о местных новостях, — подчеркнул Баффет. — Если вы хотите узнать, что происходит в вашем городе — будь то новости, касающиеся мэра, налогов или школьной команды, — ничто не может заменить местную газету, в случае, если она справляется со своей работой» [1].

Другой американский бизнесмен и финансист, владелец бейсбольного клуба «Бостон ред сокс» Джон Генри, напротив, долгое время не раскрывал причин, по которым он в августе 2013 г. приобрел быстро теряющую популярность газету «Бостон глоб».

О том, насколько плохо шли дела газеты, говорит хотя бы то, что она была куплена Генри за 70 млн долл. Ее предыдущий владелец — компания «Нью-Йорк таймс» — приобрела издание в 1993 г. за 1,1 млрд долл. В пересчете на сегодняшние реалии, с учетом инфляции данная сумма составила бы сейчас около 1,78 млрд долл. Таким образом, Генри заплатил около 4% от изначальной стоимости «Бостон глоб». Тираж газеты в 2013 г., по оценкам неправительственной экспертной организации «Альянс в поддержку аудита СМИ», составил лишь 245 тыс. экземпляров — примерно в два раза меньше, чем в 1993 г.

В конце октября Генри опубликовал пространную статью, в которой объяснил мотивы для покупки издания, а также свои планы. «Я предпочитаю думать, что присоединился к „Бостон глоб“, а не купил ее, так как у великих институтов — как публичных — так и частных, есть управляющие, а не владельцы», — заявил он [2]. Миллиардер подчеркнул, что причиной вложения средств в «Бостон глоб» стало желание сыграть положительную роль в будущем Бостона. При этом миллиардер дал понять, что основное внимание при поиске новой аудитории он планирует уделить жителям города. «„Бостон глоб“ будет газетой новых идей в Бостоне, который является „городом идей“,» — подчеркнул он [2].

Таким образом, Генри, в отличие от Баффета, по всей видимости, не стремится к тому, чтобы газета приносила значительную прибыль. Более того, он готов выступить в роли ее спонсора. Однако видеть издание чрезмерно убыточным для Генри все же нежелательно, поэтому в качестве бизнес-модели выбран уже хорошо апробированный принцип — опора на освещение локальных тем, а не международных. Фактически в этом Генри действует совершенно по такому же принципу, что и Баффет.

Еще одним важным фактором, на котором Генри не заострил внимание в своей статье, является то, что газета может стать полезным инструментом для поддержки репутации его бейсбольного клуба «Бостон ред сокс». Спорт является одной из основных тем для «Бостон глоб», и позиция, которую займет издание, может сыграть немаловажную роль в укреплении авторитета клуба, который, как отмечают наблюдатели, является самым важным из активов Генри.

Другой сделкой, привлечшей пристальное внимание аналитиков, стала покупка миллиардером, главой и основателем интернет-компании «Амазон» Джеффри

Безосом одного из самых авторитетных в США изданий — газеты «Вашингтон пост». Особый интерес вызвал и тот факт, что издание, также переживающее не лучшие времена, было приобретено на личные деньги Безоса, а не на средства «Амазон», что для крупных инвесторов является весьма необычным.

Примечательно, что «Вашингтон пост», специализирующаяся на международной тематике, эксклюзивных материалах, касающихся Белого дома, Конгресса США или госдепартамента, никоим образом не подпадает под определение «городская газета». Следовательно, стратегия, взятая на вооружение Баффетом и Генри, для нее неприемлема.

Как и Генри, Безос первоначально не высказывался публично относительно того, что он намерен делать с изданием. Однако в его случае это, видимо, объяснялось тем, что конкретных планов в отношении «Вашингтон пост» у него в августе, когда было объявлено о покупке газеты, просто не было.

Так, в начале декабря, Безос в интервью журналистам телеканала Си-би-эс признался, что решение купить газету он принял без долгих раздумий и этот шаг был основан не столько на холодном расчете, сколько на эмоциях.

«Я не собирался покупать „Вашингтон пост“, — рассказал Безос. По его словам, соответствующее предложение сделал ему глава холдинга «Вашингтон пост» Дональд Грэм, который владел газетой в течение нескольких десятилетий. «Я был очень удивлен, — отметил миллиардер. — Я спросил, почему вообще меня можно рассматривать в качестве возможного покупателя издания. Дон ответил, что, поскольку в настоящее время Интернет так сильно подавляет газеты, помочь им может тот, кто хорошо разбирается в Интернете и новых технологиях. И я в это со временем поверил», — подчеркнул Безос [3].

Видимо, спонтанностью данной сделки и объясняется тем, что первые заявления миллиардера по поводу будущего «Вашингтон пост» были достаточно туманными. В августе Безос заявил, что «ценности, которыми руководствуется „Вашингтон пост“, нет необходимости менять». «Задача газеты заключается в том, чтобы служить своим читателям, а не частным интересам владельца, — весьма уклончиво отметил миллиардер. — Мы будем искать правду, куда бы ни завели нас эти поиски, и попытаемся не делать ошибок. Если мы все же их допустим, мы сразу же и полностью признаем их» [3]. Таким образом, четкого ответа на вопрос о том, в каком направлении будет развиваться издание, Безос не дал.

Примерно через месяц, в начале сентября, Безос немного приподнял завесу тайны над будущим газеты. На встрече с редакционной коллегией и репортерами «Вашингтон пост» он заявил, что намерен инвестировать в развитие издания и не собирается добиваться сокращения расходов, связанных с его деятельностью. Он заверил собравшихся в том, что не планирует масштабных увольнений персонала и будет стремиться как к росту числа рекламодателей, так и к увеличению читательской аудитории.

Самым же примечательным, по мнению экспертов, стало то, что Безос рассматривает возможность повышения доходности газеты посредством ее распро-

странения с помощью планшетных компьютеров. Именно так, видимо, Безос и намерен использовать в развитии «Вашингтон пост» свое знание Интернета и отрасли высоких технологий.

Таким образом, на вопрос о том, с какой целью миллионеры покупают американские газеты, нельзя дать однозначного ответа. Каждый из бизнесменов руководствуется своей личной стратегией, в основе которой лежат различные бизнес-модели. Очевидным, однако, является то, что лучшие умы американского бизнеса отнюдь не спешат ставить крест на газетной отрасли, так как видят в ней большой, до сих пор еще не раскрытый потенциал.

Какой именно из путей развития изданий будет иметь наибольший успех — ставка на локальные СМИ, которую сделал Баффет, использование газеты «в связке» с другими активами, как в случае с Генри, или же курс на применение новых технологий, выбранный Безосом — покажет время.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Badkar M.* Buffett Explains Why He Paid \$344 Million For 28 Newspapers, And Thinks The Industry Still Has A Future. — URL: <http://www.businessinsider.com/warren-buffett-buying-newspapers-2013-3>
- [2] *Henry J.W.* Why I bought the Globe. — URL: <http://www.bostonglobe.com/opinion/2013/10/27/why-bought-globe/QmFHhvRGFajQh1oMcAJ64M/story.html>
- [3] Из интервью Дж. Безоса телеканалу Эй-би-си Ньюс от 24.09.2013 г.

WHY ARE AMERICAN BILLIONAIRES BUYING UP RUINED NEWSPAPERS?

I.S. Pilshchikov

Peoples' Friendship University of Russia
Mikluho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 177198

The author of this article tries to analyze the reasons why billionaires in the United States are buying up loss making newspapers. A growing number of traditional media outlets are struggling to find new audience in the era of the Internet. Under the circumstances it appears even more extraordinary that the American billionaires are investing into the ruining newspapers.

Key words: printed media, USA, American newspapers, Warren Buffett, John Henry, Jeffrey Bezos, Internet.