А. Б. Мальсагова

ГТРК «Вайнах», г. Грозный

МЕДИАСИСТЕМА ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Медиасистема Чеченской республики создавалась в условиях преодоления общественно-политического кризиса и неразвитости рыночных отношений, что определило ее специфику. Медиасистема Чечни получила полное финансирование из госбюджета.

Сегодня в республике выходит 41 периодическое издание, функционируют три телерадиокомпании, два информационных агентства. Все они финансируются государственными структурами.

Тем не менее возможно говорить и о об альтернативной бизнес-модели, которую реализует сегмент деловых, информационно-развлекательных, специализированных и рекламных изданий («Grozny plus», «Успех», «БК Беркут», бизнес-журнал «Elite Business», визитница «Grozny», «Сорока Грозный», «Скидка плюс», «Из рук в руки», «Деловой Грозный»).

Как правило, эти газеты и журналы держат аудиторию в курсе деловых событий в регионе, являются своего рода каталогом услуг и товаров, на их страницах можно прочитать познавательные статьи, интервью с успешными людьми. С июня 2015 года тиражом 20 000 экземпляров выходит и журнал «Эволюция дизайна», зарегистрированный в Москве. Кроме того, с разной периодичностью, нестабильно выходят медиа, не зарегистрированные как СМИ («Босс», «Эдельвейс» и др.), которых, как правило, спонсирует какое-либо ведомство или организация.

Вместе с тем мы можем отметить неразвитость медиарынка Чечни. По мнению экспертов, если какие-либо средства массовой информации в ближайшей перспективе и смогут самостоятельно обеспечить свое существование в республике, то это могут быть только издания рекламного характера и в электронной версии. Важно создавать условия для конкуренции на рынке СМИ, развития медиарынка, используя различные инструменты, в том числе гранты, предоставление льгот и др.