**Производство газет на федеральных полиграфических предприятиях**

Е.Марголин, Н.Фролова

Под федеральными полиграфическими предприятиями в данном случае понимаются издательско-полиграфические комплексы и типографии, подведомственность которых Министерству Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций (МПТР России) определена постановлением российского правительства №1022, вышедшим в 1999 году. Почти две трети предприятий системы министерства осуществляют выпуск газет, но не все они являются чисто газетными. По уровню специализации полиграфические производства можно разделить на отдельные группы: универсальные предприятия, где ни один из видов продукции не занимает больше 50- от натурального выпуска печатной продукции, профилированные (50,1-95,0%), специализированные (95,1-98,0%) и монопродуктовые предприятия. Тогда из 40 федеральных ИПК и типографий, печатающих в том или ином объеме газеты, к монопродуктовым по итогам 2002 года можно отнести 4 объекта. Еще 12 квалифицируются как специализированные предприятия, а 16 - как профилированные. То есть в 32 предприятиях газеты - главный вид печатной продукции. Из чего следует, что производство газет - дело нешуточное, и если им занимаются, то занимаются всерьез.

Газетный полиграфический бизнес обладает существенными инвестиционными преимуществами. Первое - это то, что технологическая цепочка здесь короче, чем в журнальном, а тем более в книжном производстве, так как послепечатная обработка в общем случае отсутствует. Второе: в сравнении с производством листовой рекламной или этикеточной продукции требования к качеству конечного продукта существенно ниже и поэтому, опять-таки в общем случае, удорожающая печатную технику инфраструктура, которая обеспечивает заданное качество, не требуется. Третье: востребованность газетной продукции населением - главным получателем информации и политическими и коммерческими структурами - главными поставщиками информации гарантирует спрос на газетные полиграфические работы во все времена и на всех пространствах независимо от идеологических воззрений и состояния экономической конъюнктуры. Из чего вытекает, что инвестиции, в общем случае, окупаются.

Указанные обстоятельства послужили причиной того, что увеличивается число предприятий, занятых печатью газет, усиливается конкуренция, такие конкурентные достоинства газетных типографий, как возможность печатания многокрасочной и многополосной продукции, становятся обыденностью и газетные киоски и лотки расцвечиваются красно-сине-желтыми пятнами боевой раскраски назойливых и непритязательных таблоидов.

Федеральные предприятия, закрепощенные государственной опекой и старыми моральными нормами, оказавшимися не к месту в новых рыночных условиях, не сорвались сразу в карьер в возникшей конкурентной гонке. Тем не менее, они наверстывают упущенное благодаря таким конкурентным преимуществам, как опыт производства газет, который не исчезает с появлением конкурентов, как деловая репутация, которой никак не вредит старомодность моральных принципов, как активная инвестиционная деятельность, осуществляемая в последние три года. Все это привело к тому, что на фоне всеобщего затухания темпов роста, и в полиграфии тоже, федеральные газетные предприятия смогли увеличить натуральный выпуск газет в 2002 году на 4,9% против 3,7% по полиграфии в целом. Не помешал росту и введенный наполовину НДС, стенания и ужасы по поводу которого сотрясали мир российской прессы в канун 2002 года.

В табл. 1 представлена номенклатура газет, печатаемых на федеральных предприятиях, в разрезе самих предприятий. Общероссийскими газетами считаются издания, печатаемые децентрализованно в том же виде, в каком они появляются в Москве, а также издания, имеющие одно родовое название (брэнд, по-нынешнему), но выходящие под региональным соусом. Класс местных газет объединяет в себе чисто региональные издания, пригодившиеся там, где родились, районные и городские газеты, предназначенные для населения административных единиц, составляющих данный регион, и издания, которые, хотя и печатаются здесь, но распространяются за пределами данного региона, так называемые иногородние газеты.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №№ п/п  | Наименование предприятия | Газеты, всего | общерос- сийские газеты | местные газеты, всего | районные газеты | газеты других регионов | уд. вес общерос- сийских газет | уд. вес регио- нальных изданий | уд. вес районных изданий | уд. вес иногородних изданий  |
| 1 |  «Правда Севера» | 49 | 7 | 42 | 4 | 0 | 14,3 | 77,6 | 8,2 | 0,0 |
| 2 |  «Алтай» | 46 | 2 | 44 | 5 | 0 | 4,3 | 84,8 | 10,9 | 0,0 |
| 3 |  «Приамурье» | 29 | 7 | 22 | 3 | 0 | 24,1 | 65,5 | 10,3 | 0,0 |
| 4 |  «Дальпресс» | 77 | 12 | 65 | 4 | 0 | 15,6 | 79,2 | 5,2 | 0,0 |
| 5 |  «Царицын» | 33 | 12 | 21 | 0 | 4 | 36,4 | 51,5 | 0,0 | 12,1 |
| 6 |  «Воронеж» | 85 | 18 | 67 | 16 | 10 | 21,2 | 48,2 | 18,8 | 11,8 |
| 7 | «Уральский рабочий» | 41 | 13 | 28 | 0 | 0 | 31,7 | 68,3 | 0,0 | 0,0 |
| 8 | Иркутский Дом печати | 39 | 7 | 32 | 1 | 2 | 17,9 | 74,4 | 2,6 | 5,1 |
| 9 | «Янтарный сказ» | 17 | 5 | 12 | 0 | 0 | 29,4 | 70,6 | 0,0 | 0,0 |
| 10 | «Кузбасс» | 17 | 8 | 9 | 0 | 0 | 47,1 | 52,9 | 0,0 | 0,0 |
| 11 | «Вятка» | 18 | 4 | 14 | 0 | 1 | 22,2 | 72,2 | 0,0 | 5,6 |
| 12 | «Кострома» | 50 | 1 | 49 | 0 | 42 | 2,0 | 14,0 | 0,0 | 84,0 |
| 13 | «Советская Кубань» | 28 | 12 | 16 | 0 | 0 | 42,9 | 57,1 | 0,0 | 0,0 |
| 14 |  «Офсет» | 51 | 11 | 40 | 0 | 1 | 21,6 | 76,5 | 0,0 | 2,0 |
| 15 | «Зауралье» | 28 | 0 | 28 | 5 | 0 | 0,0 | 82,1 | 17,9 | 0,0 |
| 16 | «Курск» | 4 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 17 | «Липецкое издательство»  | 58 | 1 | 57 | 19 | 0 | 1,7 | 65,5 | 32,8 | 0,0 |
| 18 |  «Кавказская здравница» | 69 | 10 | 59 | 1 | 21 | 14,5 | 53,6 | 1,4 | 30,4 |
| 19 | «Север» | 39 | 5 | 34 | 7 | 0 | 12,8 | 69,2 | 17,9 | 0,0 |
| 20 | «Нижполиграф» | 68 | 10 | 58 | 1 | 0 | 14,7 | 83,8 | 1,5 | 0,0 |
| 21 |  «Советская Сибирь» | 99 | 21 | 78 | 0 | 7 | 21,2 | 71,7 | 0,0 | 7,1 |
| 22 |  «Омский дом печати» | 42 | 5 | 37 | 0 | 0 | 11,9 | 88,1 | 0,0 | 0,0 |
| 23 |  «Южный Урал» | 15 | 6 | 9 | 1 | 2 | 40,0 | 40,0 | 6,7 | 13,3 |
| 24 | «Пензенская правда» | 49 | 6 | 43 | 1 | 9 | 12,2 | 67,3 | 2,0 | 18,4 |
| 25 | «Звезда» | 40 | 6 | 34 | 2 | 0 | 15,0 | 80,0 | 5,0 | 0,0 |
| 26 |  «Молот» | 45 | 17 | 28 | 0 | 0 | 37,8 | 62,2 | 0,0 | 0,0 |
| 27 | Самарский Дом печати | 90 | 13 | 77 | 5 | 1 | 14,4 | 78,9 | 5,6 | 1,1 |
| 28 | СПб государственныйгазетный комплекс | 195 | 15 | 180 | 5 | 5 | 7,7 | 87,2 | 2,6 | 2,6 |
| 29 | «Слово» | 59 | 10 | 49 | 0 | 0 | 16,9 | 83,1 | 0,0 | 0,0 |
| 30 | «Ставрополье» | 19 | 2 | 17 | 0 | 0 | 10,5 | 89,5 | 0,0 | 0,0 |
| 31 | « Красное знамя» | 31 | 0 | 31 | 0 | 9 | 0,0 | 71,0 | 0,0 | 29,0 |
| 32 | «Лев Толстой» | 17 | 0 | 17 | 0 | 0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 33 | «Тюмень» | 23 | 8 | 15 | 0 | 0 | 34,8 | 65,2 | 0,0 | 0,0 |
| 34 | Ульяновский Дом печати | 52 | 9 | 43 | 0 | 7 | 17,3 | 69,2 | 0,0 | 13,5 |
| 35 | Челябинский Дом печати | 49 | 8 | 41 | 0 | 0 | 16,3 | 83,7 | 0,0 | 0,0 |
| 36 | Ивановская областная типография | 26 | 0 | 26 | 14 | 0 | 0,0 | 46,2 | 53,8 | 0,0 |
| 37 | Смоленская областная типография  | 8 | 0 | 8 | 0 | 0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 38 | Книжная фабрика № 1  | 7 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0,0 | 85,7 | 14,3 | 0,0 |
| 39 | Приморский п/к | 9 | 0 | 9 | 0 | 0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 40 | Читинская областная типография | 14 | 1 | 13 | 1 | 0 | 7,1 | 85,7 | 7,1 | 0,0 |
| В ЦЕЛОМ | 1735 | 272 | 1463 | 96 | 121 | 15,7 | 71,8 | 5,5 | 7,0 |

Структура производства газет по названиям по федеральным предприятиям в целом показана на рис. 1. Каждая шестая газета - общероссийская. Среди издательско-полиграфических комплексов, создававшихся компартией именно для децентрализованного выпуска центральных газет, в этом качестве продолжают функционировать 32, причем 12 из них печатают по 10 и более названий.

Очевидно, что районные газеты - не рынок для таких комплексов. Печатная техника, рассчитанная на стотысячные тиражи изданий в формате А2, плохо подходит под параметры "районок". Однако и в этом секторе есть свои лидеры и первый из них - Липецкое издательство, еще в 1994 году замкнувшее на себя печать всех районных газет области. По сей день проделанная липчанами работа внушает уважение: все-таки 10 лет назад цифровые технологии имели несколько иной уровень, чем сейчас, а ФЛП - детище питерского "Ленполиграфмаша", применявшееся тогда в качестве выводного устройства, ныне может вызвать только снисходительную улыбку. Потом уже по этому пути пошли некоторые области и края, в том числе Воронежская и Ивановская.

Конкуренция иногда выливается в причудливые формы. Одной из таких витиеватых форм является печать газет за рубежом. Неважно, страны или региона. Иногда эмиграция бывает вынужденной. Это если включается административный ресурс. Такое случается чаще в период выборных компаний. Федеральные предприятия, защищенные от административного нажима региональных владык своим федеральным статусом, выступают на рынке полиграфических работ как хозяйствующие субъекты. Главные характеристики партнеров для них - платежеспособность и законопослушность. Политические симпатии и антипатии здесь места не имеют. Таковы, по крайней мере, требования к руководителям газетных комплексов со стороны Министерства.

Если эмиграция не вынуждена политически, то объясняется она чаще всего техническими и экономическими конкурентными преимуществами, которыми обладают центры полиграфического притяжения. Примером может служит "Кострома". Парадокс феномена "Костромы" объясняется тем, что сейчас, пожалуй, в стране нет такого сочетания информационных и полиграфических технологий, какие созданы здесь. Сплав интеллектуальных усилий, инженерного мастерства и коммерческой мысли позволили предприятию, географически расположенному неудачно, занять первые позиции среди федеральных полиграфических объектов во многих секторах производства печатной продукции.

Активные действия на рынке цветной печати газет привлекли к сотрудничеству с "Пензенской правдой", минераловодской "Кавказской здравницей" и томским "Красным знаменем" заказчиков из смежных регионов.

Однако следует признать высокую рискованность ориентации газетного производства на иногородних заказчиков. Появление в регионе происхождения мало-мальски сносного газетного производства вызывает отток на малую родину изданий, печатавшихся за ее пределами. Экономический ущерб может оказаться тем большим, чем весомее была в загрузке предприятия доля иногородних заказов.

Главный же партнер федеральных газетных предприятий - региональные издания, т.е. те, которые предназначены для распространения на всей территории региона. Сейчас их доля по названиям составляет почти 72%. Из всех видов периодических изданий региональные газеты представляются самым перспективным, поскольку именно здесь сходятся местные политические и коммерческие интересы. Районные газеты как канал доставки коммерческой информации в нынешнем состоянии российской экономики большого интереса не представляют, хотя их роль как средства политического воздействия на электорат еще недооценена. Газеты общероссийского масштаба, как правило, "заняты небом, не землей", и по сей причине неинтересны большинству местной публики, которая удивляется московским и мировым чудачествам по телевизору и бесплатно.

Разовые тиражи (табл. 2, рис. 2) тоже демонстрируют некоторое своеобразие. То, что в разовых тиражах доля региональных газет будет очень высокой, а районных газет очень низкой, ожидалось. Ожидалось также, что разовые тиражи общероссийских газет будут занимать в структуре выпуска меньше места, чем в общем количестве названий. Но то, что удельный вес иногородних изданий будет столь большим (17,3%), ожидалось меньше всего. Средние тиражи иногородних изданий (рис. 3) выше средних тиражей по всем остальным группам, включая региональные газеты. восемь крупнейших экспортеров полиграфических работ печатают газеты других регионов весьма немалыми по нынешним временам тиражами: Санкт-Петербургский газетный комплекс 314,3 тыс. экз., "Красное знамя" - 88,8, "Кострома" - 47,6, "Воронеж" - 46,5, Ульяновский Дом печати - 45,3, "Пензенская правда" - 31,4, волгоградский "Царицын" - 30,9, "Кавказская здравница" - 13,5 тыс. экз. Таковы масштабы мигрирующих изданий.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №№ п/п  | Наименование предприятия | Газеты, всего | общерос- сийские газеты | местные газеты,всего | районные газеты | газеты других регионов | уд. вес общерос- сийских газет | уд. вес регио- нальныхизданий | уд. вес районных изданий | уд. вес иногородних изданий  |
| 1 | «Правда Севера» | 611,2 | 57,4 | 553,8 | 11,9 | 0,0 | 9,4 | 88,7 | 1,9 | 0,0 |
| 2 | «Алтай» | 251,1 | 30,7 | 220,4 | 25,9 | 0,0 | 12,2 | 77,5 | 10,3 | 0,0 |
| 3 | «Приамурье» | 314,2 | 59,5 | 254,7 | 23,4 | 0,0 | 18,9 | 73,6 | 7,4 | 0,0 |
| 4 | «Дальпресс» | 1201,9 | 242,7 | 959,2 | 57,1 | 0,0 | 20,2 | 75,1 | 4,8 | 0,0 |
| 5 |  «Царицын» | 878,9 | 229,8 | 649,1 | 0,0 | 123,4 | 26,1 | 59,8 | 0,0 | 14,0 |
| 6 |  «Воронеж» | 2673,4 | 678,3 | 1995,1 | 72,1 | 464,9 | 25,4 | 54,5 | 2,7 | 17,4 |
| 7 |  «Уральский рабочий» | 460,5 | 98,9 | 361,7 | 0,0 | 0,0 | 21,5 | 78,5 | 0,0 | 0,0 |
| 8 | Иркутский Дом печати | 670,2 | 79,5 | 590,7 | 2,7 | 29,7 | 11,9 | 83,3 | 0,4 | 4,4 |
| 9 |  «Янтарный сказ» | 498,8 | 128,9 | 369,9 | 0,0 | 0,0 | 25,8 | 74,2 | 0,0 | 0,0 |
| 10 |  «Кузбасс» | 348,1 | 84,3 | 263,8 | 0,0 | 0,0 | 24,2 | 75,8 | 0,0 | 0,0 |
| 11 |  «Вятка» | 598,2 | 154,7 | 443,5 | 0,0 | 4,0 | 25,9 | 73,5 | 0,0 | 0,7 |
| 12 |  «Кострома» | 2226,4 | 14,0 | 2212,4 | 0,0 | 2000,4 | 0,6 | 9,5 | 0,0 | 89,8 |
| 13 |  «Советская Кубань» | 515,6 | 174,4 | 341,2 | 0,0 | 0,0 | 33,8 | 66,2 | 0,0 | 0,0 |
| 14 |  «Офсет» | 1178,0 | 205,8 | 972,2 | 0,0 | 3,0 | 17,5 | 82,3 | 0,0 | 0,3 |
| 15 |  «Зауралье» | 109,1 | 0,0 | 109,1 | 22,8 | 0,0 | 0,0 | 79,1 | 20,9 | 0,0 |
| 16 |  «Курск» | 53,9 | 0,0 | 53,9 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 17 |  «Липецкое издательство»  | 569,8 | 8,6 | 561,2 | 78,9 | 0,0 | 1,5 | 84,6 | 13,8 | 0,0 |
| 18 |  «Кавказская здравница» | 858,7 | 127,7 | 731,0 | 13,2 | 283,5 | 14,9 | 50,6 | 1,5 | 33,0 |
| 19 |  «Север» | 389,0 | 61,0 | 328,0 | 24,0 | 0,0 | 15,7 | 78,1 | 6,2 | 0,0 |
| 20 |  «Нижполиграф» | 1010,7 | 120,1 | 890,6 | 7,7 | 0,0 | 11,9 | 88,1 | 0,8 | 0,0 |
| 21 |  «Советская Сибирь» | 1462,0 | 329,2 | 1132,8 | 0,0 | 92,3 | 22,5 | 71,2 | 0,0 | 6,3 |
| 22 |  «Омский дом печати | 631,6 | 73,5 | 558,1 | 0,0 | 0,0 | 11,6 | 88,4 | 0,0 | 0,0 |
| 23 |  «Южный Урал» | 547,1 | 129,4 | 417,7 | 7,7 | 238,5 | 23,7 | 31,3 | 1,4 | 43,6 |
| 24 |  «Пензенская правда» | 979,5 | 140,5 | 839,0 | 10,2 | 282,9 | 14,3 | 55,7 | 1,0 | 28,9 |
| 25 |  «Звезда» | 1863,3 | 186,4 | 1677,2 | 20,7 | 0,0 | 10,0 | 88,9 | 1,1 | 0,0 |
| 26 |  «Молот» | 1262,9 | 226,4 | 1036,5 | 0,0 | 0,0 | 17,9 | 82,1 | 0,0 | 0,0 |
| 27 | Самарский Дом печати | 2884,9 | 157,1 | 2727,8 | 18,6 | 81,4 | 5,4 | 91,1 | 0,6 | 2,8 |
| 28 | СПб государственный газетный комплекс | 5225,2 | 385,5 | 4839,7 | 24,0 | 1571,4 | 7,4 | 62,1 | 0,5 | 30,1 |
| 29 |  «Слово» | 970,5 | 109,0 | 861,5 | 0,0 | 0,0 | 11,2 | 88,8 | 0,0 | 0,0 |
| 30 |  «Ставрополье» | 798,5 | 43,3 | 755,2 | 0,0 | 0,0 | 5,4 | 94,6 | 0,0 | 0,0 |
| 31 |  « Красное знамя» | 1438,0 | 0,0 | 1438,0 | 0,0 | 798,8 | 0,0 | 44,5 | 0,0 | 55,5 |
| 32 |  «Лев Толстой» | 294,5 | 0,0 | 294,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 33 |  «Тюмень» | 593,1 | 113,0 | 480,1 | 0,0 | 0,0 | 19,1 | 80,9 | 0,0 | 0,0 |
| 34 | Ульяновский Дом печати | 852,2 | 84,0 | 768,2 | 0,0 | 317,3 | 9,9 | 52,9 | 0,0 | 37,2 |
| 35 | Челябинский Дом печати | 687,0 | 101,6 | 585,4 | 0,0 | 0,0 | 14,8 | 85,2 | 0,0 | 0,0 |
| 36 | Ивановская областная типография | 170,0 | 0,0 | 170,0 | 72,0 | 0,0 | 0,0 | 57,6 | 42,4 | 0,0 |
| 37 | Смоленская областная типография  | 77,9 | 0,0 | 77,9 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 38 | Книжная фабрика № 1  | 37,8 | 0,0 | 37,8 | 7,8 | 0,0 | 0,0 | 79,4 | 20,6 | 0,0 |
| 39 | Приморский п/к | 7,5 | 0,0 | 7,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 40 | Читинская областная типография  | 97,5 | 2,0 | 95,5 | 1,5 | 0,0 | 2,1 | 96,4 | 1,5 | 0,0 |
| В ЦЕЛОМ | 36298,6 | 4637,2 | 31661,9 | 502,2 | 6291,5 | 12,8 | 68,5 | 1,4 | 17,3 |

В годовом тираже структура производства выглядит несколько иначе (табл. 3, рис. 4). Удельный вес общероссийских газет становится заметно выше, причина - большая, чем у других изданий, периодичность выхода в свет. Доли региональных и иногородних газет в сопоставлении с их величиной в разовом тираже снижаются, не говоря уже о районной прессе. Сравнительные данные по структуре производства газет представлены на рис. 5, где наглядно показаны описываемые структурные различия.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №№ п/п  | Наименование предприятия | Газеты, всего | общерос- сийские газеты | местныегазеты,всего | районныегазеты | газеты других регионов | уд. вес общерос- сийских газет | уд. вес регио- нальныхизданий | уд. вес районных изданий | уд. вес иногородних изданий  |
| 1 |  «Правда Севера» | 82,77 | 25,34 | 57,43 | 3,66 | 0,0 | 30,6 | 65,0 | 4,4 | 0,0 |
| 2 |  «Алтай» | 55,1 | 13,35 | 41,75 | 4,05 | 0,0 | 24,2 | 68,4 | 7,4 | 0,0 |
| 3 | «Приамурье» | 87,25 | 23,06 | 64,19 | 4,41 | 0,0 | 26,4 | 68,5 | 5,1 | 0,0 |
| 4 | «Дальпресс» | 335,4 | 142,3 | 193,1 | 13,2 | 0,0 | 42,4 | 53,6 | 3,9 | 0,0 |
| 5 |  «Царицын» | 315,6 | 105,8 | 209,8 | 0,0 | 20,8 | 33,5 | 59,9 | 0,0 | 6,6 |
| 6 |  «Воронеж» | 624,7 | 266,5 | 358,2 | 4,9 | 166,1 | 42,7 | 30,0 | 0,8 | 26,6 |
| 7 |  «Уральский рабочий» | 202,0 | 69,1 | 132,9 | 0,0 | 0,0 | 34,2 | 65,8 | 0,0 | 0,0 |
| 8 | Иркутский Дом печати | 228,9 | 62,9 | 166,0 | 0,28 | 12,36 | 27,5 | 67,0 | 0,1 | 5,4 |
| 9 |  «Янтарный сказ» | 221,3 | 64,49 | 156,81 | 0,0 | 0,0 | 29,1 | 70,9 | 0,0 | 0,0 |
| 10 |  «Кузбасс» | 121,06 | 59,48 | 61,58 | 0,0 | 0,0 | 49,1 | 50,9 | 0,0 | 0,0 |
| 11 |  «Вятка» | 176,15 | 55,11 | 121,04 | 0,0 | 1,25 | 31,3 | 68,0 | 0,0 | 0,7 |
| 12 |  «Кострома» | 283,5 | 5,8 | 277,7 | 0,0 | 208,3 | 2,0 | 24,5 | 0,0 | 73,5 |
| 13 |  «Советская Кубань» | 254,16 | 192,93 | 61,23 | 0,0 | 0,0 | 75,9 | 24,1 | 0,0 | 0,0 |
| 14 |  «Офсет» | 359,0 | 105,4 | 253,6 | 0,0 | 0,31 | 29,4 | 70,6 | 0,0 | 0,1 |
| 15 |  «Зауралье» | 17,45 | 0,0 | 17,45 | 4,04 | 0,0 | 0,0 | 76,8 | 23,2 | 0,0 |
| 16 |  «Курск» | 13,18 | 0,0 | 13,18 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 17 |  «Липецкое издательство»  | 91,21 | 1,79 | 89,42 | 7,51 | 0,0 | 2,0 | 89,8 | 8,2 | 0,0 |
| 18 |  «Кавказская здравница» | 195,4 | 83,3 | 112,1 | 6,76 | 28,8 | 42,6 | 39,2 | 3,5 | 14,7 |
| 19 |  «Север» | 90,7 | 28,5 | 62,2 | 3,54 | 0,0 | 31,4 | 64,7 | 3,9 | 0,0 |
| 20 |  «Нижполиграф» | 280,5 | 64,45 | 216,1 | 4,8 | 0,0 | 23,0 | 75,3 | 1,7 | 0,0 |
| 21 |  «Советская Сибирь» | 645,8 | 186,9 | 458,9 | 0,0 | 26,64 | 28,9 | 66,9 | 0,0 | 4,1 |
| 22 |  «Омский дом печати | 124,26 | 32,55 | 91,71 | 0,0 | 0,0 | 26,2 | 73,8 | 0,0 | 0,0 |
| 23 |  «Южный Урал» | 144,92 | 58,37 | 86,55 | 1,6 | 32,81 | 40,3 | 36,0 | 1,1 | 22,6 |
| 24 |  «Пензенская правда» | 186,1 | 56,92 | 129,18 | 2,12 | 17,96 | 30,6 | 58,6 | 1,1 | 9,7 |
| 25 |  «Звезда» | 488,6 | 100,34 | 388,26 | 2,15 | 0,0 | 20,5 | 79,0 | 0,4 | 0,0 |
| 26 |  «Молот» | 461,98 | 140,5 | 321,48 | 0,0 | 0,0 | 30,4 | 69,6 | 0,0 | 0,0 |
| 27 | Самарский Дом печати | 743,87 | 137,1 | 606,77 | 2,83 | 25,4 | 18,4 | 77,8 | 0,4 | 3,4 |
| 28 | СПб государственный газетный комплекс | 1608,7 | 476,6 | 1132,1 | 5,94 | 575,1 | 29,6 | 34,3 | 0,4 | 35,8 |
| 29 |  «Слово» | 258,3 | 63,44 | 194,86 | 0,0 | 0,0 | 24,6 | 75,4 | 0,0 | 0,0 |
| 30 |  «Ставрополье» | 137,79 | 27,15 | 110,64 | 0,0 | 0,0 | 19,7 | 80,3 | 0,0 | 0,0 |
| 31 |  « Красное знамя» | 365,25 | 0,0 | 365,25 | 0,0 | 143,9 | 0,0 | 60,6 | 0,0 | 39,4 |
| 32 |  «Лев Толстой» | 61,7 | 0,0 | 61,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 33 |  «Тюмень» | 186,75 | 56,6 | 130,15 | 0,0 | 0,0 | 30,3 | 69,7 | 0,0 | 0,0 |
| 34 | Ульяновский Дом печати | 199,12 | 38,08 | 161,04 | 0,0 | 71,51 | 19,1 | 45,0 | 0,0 | 35,9 |
| 35 | Челябинский Дом печати | 132,69 | 57,96 | 74,73 | 0,0 | 0,0 | 43,7 | 56,3 | 0,0 | 0,0 |
| 36 | Ивановская областная типография | 30,9 | 0,0 | 30,9 | 8,06 | 0,0 | 0,0 | 73,9 | 26,1 | 0,0 |
| 37 | Смоленская областная типография  | 13,68 | 0,0 | 13,68 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 38 | Книжная фабрика № 1  | 2,76 | 0,0 | 2,76 | 0,41 | 0,0 | 0,0 | 85,1 | 14,9 | 0,0 |
| 39 | Приморский п/к | 0,12 | 0,0 | 0,12 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| 40 | Читинская областная типография | 25,47 | 0,62 | 24,85 | 0,08 | 0,0 | 2,4 | 97,3 | 0,3 | 0,0 |
| В ЦЕЛОМ | 9854,0 | 2802,7 | 7051,3 | 80,3 | 1331,2 | 28,4 | 57,2 | 0,8 | 13,5 |

Отдельного разговора заслуживает красочность газет. Уже обсуждавшаяся их роль в политической и коммерческой рекламе, с одной стороны, и использование СМИ в качестве инструмента извлечения вполне легального дохода, с другой стороны, настоятельно требуют изменения облика периодических изданий для привлечения потребителей и рекламодателей. Повсеместно и ежечасно постулируется неизбежность перехода к многокрасочным и многополосным изданиям. Всемирный опыт говорит о том же. Десять лет тому назад это были пустые хлопоты, потому что российская газетная полиграфия была способна в лучшем случае выделить в газете красным шрифтом первомайские или октябрьские заголовки. Теперь с этим дело обстоит легче. С сероватых газетных полос мутновато смотрят расписные в прямом смысле слова малоодетые дамы неопределенного возраста. Типографы клянут качество вывода, получаемого от редакций, редакторы прозрачно намекают, что найдут другое место, где тех же дам отпечатают так, что топ-модели и всяческие "мисс того-другого" по жизни просто позеленеют. Тем и перебиваемся.

Пока самое интересное даже не это, а то, что пресловутый "полноцвет", о необходимости которого так долго твердили со всех сторон, не очень полно воплощается в жизнь даже там, где для этого есть все возможности. Газетная обложка - да, разворот - тоже в общем-то да, если деваться некуда из-за особенностей печатной машины. А все остальное - весьма и весьма проблематично. В равной степени становится проблематичной и окупаемость средств, вкладываемых в многокрасочную печатную технику. Деньги вкладывают не редакции, и инвестиционные риски - это не их риски.

В табл. 4 приведены сведения о красочности газет, печатающихся на федеральных предприятиях. Заведомо можно сказать, что эти сведения реальную картину приукрашивают, поскольку распределение газет по красочности осуществлялось без учета соотношения цветных и черно-белых полос в изданиях. Есть хоть одна четырехкрасочная полоса с лица листа и одна полоса в две краски с оборота, все издание зачисляется в рубрику "газеты с красочностью печати 4+2". И так - по всем позициям.

Если сравнивать структуру производства газет с точки зрения их красочности, разделяя газеты на общероссийские и местные, то нетрудно заметить, что в отличие от аскетических общероссийских изданий местная пресса выглядит поярче (рис.6 и 7). Доля газет, где при печатании используется больше двух красок, уже превысила 9%.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №№ п/п  | Наименование предприятия | Газеты, всего | Общероссийские газеты | Местные газеты |
|   |   |   | 1+1 | 2+1 | 4+1 | 1+1 | 2+1 | 2+2 | 4+1 | 4+2 | 4+4 | другие варианты |
| 1 |  «Правда Севера» | 49 | 5 | 2 | 0 | 32 | 4 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 |
| 2 |  «Алтай» | 46 | 1 | 1 | 0 | 40 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 3 | «Приамурье» | 29 | 5 | 2 | 0 | 11 | 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | «Дальпресс» | 77 | 8 | 4 | 0 | 46 | 16 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| 5 |  «Царицын» | 33 | 8 | 4 | 0 | 14 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6 |  «Воронеж» | 85 | 14 | 4 | 0 | 59 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 |  «Уральский рабочий» | 41 | 9 | 4 | 0 | 20 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | Иркутский Дом печати | 39 | 7 | 0 | 0 | 13 | 19 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 9 |  «Янтарный сказ» | 17 | 4 | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 |
| 10 |  «Кузбасс» | 17 | 5 | 3 | 0 | 5 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 0 |
| 11 |  «Вятка» | 18 | 2 | 2 | 0 | 5 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12 |  «Кострома» | 50 | 1 | 0 | 0 | 3 | 7 | 1 | 5 | 6 | 25 | 2 |
| 13 |  «Советская Кубань» | 28 | 10 | 2 | 0 | 8 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 14 |  «Офсет» | 51 | 8 | 3 | 0 | 26 | 14 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 15 |  «Зауралье» | 28 | 0 | 0 | 0 | 21 | 4 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 |
| 16 |  «Курск» | 4 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 17 |  «Липецкое издательство»  | 58 | 1 | 0 | 0 | 44 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 18 |  «Кавказская здравница» | 69 | 8 | 2 | 0 | 25 | 19 | 0 | 15 | 0 | 0 | 0 |
| 19 |  «Север» | 39 | 4 | 1 | 0 | 11 | 22 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 20 |  «Нижполиграф» | 68 | 7 | 3 | 0 | 24 | 30 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 |
| 21 |  «Советская Сибирь» | 99 | 13 | 7 | 1 | 39 | 32 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| 22 |  «Омский дом печати | 42 | 3 | 2 | 0 | 20 | 12 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| 23 |  «Южный Урал» | 15 | 4 | 2 | 0 | 5 | 1 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 |
| 24 |  «Пензенская правда»\* | 44 | 3 | 3 | 1 | 17 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 25 |  «Звезда» | 40 | 4 | 2 | 0 | 25 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 26 |  «Молот» | 45 | 11 | 6 | 0 | 11 | 17 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 27 | Самарский Дом печати | 90 | 12 | 1 | 0 | 50 | 10 | 8 | 7 | 0 | 2 | 0 |
| 28 | СПб государственный газетный комплекс | 195 | 8 | 6 | 1 | 107 | 63 | 0 | 5 | 4 | 0 | 1 |
| 29 |  «Слово» | 59 | 8 | 2 | 0 | 22 | 27 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 30 |  «Ставрополье» | 19 | 1 | 1 | 0 | 10 | 4 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| 31 |  « Красное знамя» | 31 | 0 | 0 | 0 | 7 | 11 | 2 | 1 | 6 | 4 | 0 |
| 32 |  «Лев Толстой» | 17 | 0 | 0 | 0 | 14 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 33 |  «Тюмень» | 23 | 5 | 3 | 0 | 1 | 14 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 34 | Ульяновский Дом печати | 52 | 6 | 3 | 0 | 22 | 21 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 35 | Челябинский Дом печати | 49 | 8 | 0 | 0 | 28 | 10 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 |
| 36 | Ивановская областная типография | 26 | 0 | 0 | 0 | 19 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 37 | Смоленская областная типография  | 8 | 0 | 0 | 0 | 5 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 38 | Книжная фабрика № 1  | 7 | 0 | 0 | 0 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 39 | Приморский п/к | 9 | 0 | 0 | 0 | 5 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| 40 | Читинская областная типография  | 14 | 1 | 0 | 0 | 5 | 6 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| В ЦЕЛОМ\*Данные за 2001 год  | 1730 | 194 | 76 | 3 | 833 | 474 | 16 | 58 | 26 | 43 | 7 |

Больше всего удельный вес многокрасочных газет, конечно же, в "Костроме" (76% от всех печатающихся здесь изданий), при этом двухкрасочные газеты за многокрасочные не признаются. Вслед за признанным лидером цветной периодики идут "Красное знамя" (35,5%), калининградский "Янтарный сказ" (29,4%), кемеровский "Кузбасс" (23,5%), "Кавказская здравница" (21,7%), оренбургский "Южный Урал" (20%).

Нетрудно заметить пересечение данного списка со списком экспортеров полиграфических работ, приводившимся выше. Радость за предприятия, уверенно освоившие цвет в газете, смешивается с тревогой, насколько они окажутся конкурентоспособными по отношению к новым полиграфическим объектам газетного рынка.

На фоне разговора о красочности газет, окрашенного во все цвета полиграфического синтеза, как-то неловко вспоминать о высокой печати. Конечно, речь уже не идет о свинцовых стереотипах, но и фотополимеры не выход из положения. Дорого, и цветная печать на ротациях высокой печати практически невозможна. Тем не менее, почти 10% общероссийских газет в минувшем году все еще воспроизводилось по этой технологии (табл. 5).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №№ п/п | Наименование предприятия | Офсетная печать | Высокая печать |
|   |   | общероссийскиегазеты |  местные газеты | общероссийскиегазеты |  местные газеты |
| 1 |  «Правда Севера» | 7 | 42 | 0 | 0 |
| 2 |  «Алтай» | 1 | 40 | 1 | 4 |
| 3 | «Приамурье» | 7 | 22 | 0 | 0 |
| 4 | «Дальпресс» | 12 | 65 | 0 | 0 |
| 5 | «Царицын» | 12 | 21 | 0 | 0 |
| 6 | «Воронеж» | 18 | 67 | 0 | 0 |
| 7 | «Уральский рабочий» | 0 | 24 | 13 | 4 |
| 8 | Иркутский Дом печати | 7 | 32 | 0 | 0 |
| 9 | «Янтарный сказ» | 5 | 12 | 0 | 0 |
| 10 | «Кузбасс» | 2 | 7 | 6 | 2 |
| 11 | «Вятка» | 4 | 14 | 0 | 0 |
| 12 | «Кострома» | 1 | 49 | 0 | 0 |
| 13 | «Советская Кубань» | 12 | 16 | 0 | 0 |
| 14 | «Офсет» | 11 | 41 | 0 | 0 |
| 15 | «Зауралье» | 0 | 25 | 0 | 3 |
| 16 | «Курск» | 0 | 4 | 0 | 0 |
| 17 | «Липецкое издательство»  | 1 | 57 | 0 | 0 |
| 18 | «Кавказская здравница» | 9 | 59 | 0 | 0 |
| 19 | «Север» | 5 | 34 | 0 | 0 |
| 20 | «Нижполиграф» | 10 | 58 | 0 | 0 |
| 21 | «Советская Сибирь» | 21 | 78 | 0 | 0 |
| 22 | «Омский дом печати | 5 | 37 | 0 | 0 |
| 23 | «Южный Урал» | 6 | 9 | 0 | 0 |
| 24 | «Пензенская правда» | 6 | 43 | 0 | 0 |
| 25 | «Звезда» | 6 | 34 | 0 | 0 |
| 26 | «Молот» | 17 | 28 | 0 | 0 |
| 27 | Самарский Дом печати | 9 | 76 | 4 | 1 |
| 28 | СПб государственный газетный комплекс | 15 | 180 | 0 | 0 |
| 29 | «Слово» | 10 | 49 | 0 | 0 |
| 30 | «Ставрополье» | 2 | 17 | 0 | 0 |
| 31 | « Красное знамя» | 0 | 31 | 0 | 0 |
| 32 | «Лев Толстой» | 0 | 17 | 0 | 0 |
| 33 | «Тюмень» | 8 | 15 | 0 | 0 |
| 34 | Ульяновский Дом печати | 9 | 43 | 0 | 0 |
| 35 | Челябинский Дом печати | 8 | 41 | 0 | 0 |
| 36 | Ивановская областная типография | 0 | 26 | 0 | 0 |
| 37 | Смоленская областная типография  | 0 | 7 | 0 | 1 |
| 38 | Книжная фабрика № 1  | 0 | 7 | 0 | 0 |
| 39 | Приморский п/к | 0 | 9 | 0 | 0 |
| 40 | Читинская областная типография | 1 | 13 | 0 | 0 |
| В ЦЕЛОМ | 247 | 1449 | 24 | 15 |

Основные виновники этой малодостойной ситуации - "Уральский рабочий", "Кузбасс" и Самарский Дом печати. Правда, "Кузбасс" уже оснастился офсетной рулонной ротацией приличной конфигурации, позволяющей весь объем печатаемых газет перевести на офсет. Если "Уральский рабочий" и Рыбинский завод полиграфических машин "КПЦ-Полиграфмаш" выполнят в 2003 году взаимные обязательства, то высокая печать в системе станет отдельным грустным самарским эпизодом. Но и это в свое время пройдет. И тогда закроется высокая страница истории российской газетной полиграфии. Случится ли это в текущем 2003 году, узнаем по его окончании.