

Роль Hearst Corporation в управлении российской медиакомпанией Hearst Shkulev Media в 2016 году

Гусейнова Зарина Вусаловна

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: zarinaguseynova@gmail.com

1 января 2016 года в силу вступили поправки к закону «О средствах массовой информации», запрещающие иностранцам владеть в российских СМИ долей более 20%. Окончательно они были приняты Государственной думой 26 сентября 2014 года. Действующий ранее закон о СМИ ограничивал иностранное участие на телевидение и радио долей в 50%, на печатные СМИ ограничение не распространялось. Теперь же требование о запрете распространяется на все виды СМИ, в том числе на печатные и интернет-издания, имеющие лицензии; исключение сделано только для тех масс-медиа, которые были созданы на основе международных договоров (телекомпания «Мир»). Всем собственникам предоставлен переходный период до 1 февраля 2017 года для приведения структуры собственности медиа в соответствии с новыми требованиями - поправки в закон обязали местных владельцев СМИ переоформить собственность в российской юрисдикции, если бизнес контролируется через зарубежные офшоры.

Иностранцев акционеров сейчас имеют несколько российских компаний (Forbes, Ведомости, STC Media, Коммерсантъ), в том числе и медиахолдинг Hearst Shkulev Media (HSM), президентом которого является Виктор Шкулёв. В 2011 году его партнёром стала американская компания Hearst Corporation - одна из самых крупных мировых конгломератов, основанная в 1887 году. Партнёры владели бизнесом на паритетных началах - делили акции Hearst Shkulev Media в соотношении 50% на 50%. Такое разделение акций позволяет сторонам существенно влиять как на управление компанией, так и на политику бренда, что значительно увеличивает конкурентоспособность на рынке. HSM сначала развивался как бизнес по изданию глянца: на территории России компания издаёт местные версии журналов Maxim, Elle, Elle Decoration, Marie Claire и другие. За последние несколько лет издательский дом начал активно развиваться и в интернете - приобрёл региональную интернет-сеть городских порталов. На сегодня региональная сеть HSM является самой посещаемой среди городских сайтов России[1]. Компания также входит в ТОП-20 ведущих компаний в России по совокупной аудитории интернет-проектов[2].

По закону о СМИ на редакционную политику владелец компании влиять не может, поэтому принятое ограничение скорее всего заметно сократит конкуренцию и возможность выбора, в конечном счёте от которых пострадает потребитель. По словам Виктора Шкулёва, иностранные инвесторы не преследуют цель вмешиваться в политику изданий - всё, что они хотят получить, - это максимальную прибыль. Как представители прогрессивной стороны - Запада, иностранные акционеры привлекают в российский медиабизнес новые технологии, которые модернизируют производство, тем самым повышая рыночную конкурентоспособность инвестируемых ими изданий. Компания Hearst Shkulev Media данную гипотезу только подтверждает - за время партнёрства с американской Hearst она стала лидером на российском медиарынке не только в глянцево-журналистике, но и в digital-направлении за счёт интеграции сайтов журналов и объединения их в сети - например, *Woman's Network* (сеть женских интернет-порталов), а также за счёт модернизации уже существующих разрозненных городских порталов.

Летом 2015 года американская Hearst передала свои 30% Виктору Шкулёву, первой выполнив условие нового законодательства, российская сторона, в свою очередь, стала

владеть 80% компании Hearst Shkulev Media. Данное изменение структуры собственности позволило юридически разделить компанию на две, отвечающие за два крупных направления[3]: Hearst Shkulev Publishing - издание журналов и развитие их интернет-версий, и Hearst Shkulev Digital - региональные ресурсы холдинга, имеющие регистрацию СМИ (сайты группы NGS и нижегородский nn.ru). На данный момент обе компании стали учредителями всех СМИ издательского дома, который формально стал контролировать Виктор Шкулёв. Американская Hearst теперь может заниматься только вопросами получения и распределения прибыли. По словам Шкулёва, как изменится роль влияния американской компании на российский медиахолдинг, можно будет оценить уже этим летом.

[1] По данным LiveInternet

[2] hearst-shkulev-media.ru

[3] По данным СПАРК-Интерфакс

Источники и литература

- 1) Закон о СМИ https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/
- 2) Интервью автора с Виктором Шкулёвым, президентом Hearst Shkulev Media 05.02.2016 г.
- 3) СПАРК-Интерфакс <https://www.spark-interfax.ru>
- 4) Hearst Shkulev Media <http://www.hearst-shkulev-media.ru/>