

DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2023.3(48).21-27

УДК 332.1:004.9:040.15

JEL D83, L22, L82, M21



ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

ПЕЧАТНЫЕ СМИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В.А. Плотников, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

О.А. Шамина, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. В современных условиях активно развиваются процессы цифровизации экономики, приводящие, в конечном счете, к ее цифровой трансформации. Цифровая экономика изменяет эффективные правила ведения бизнеса. Эти изменения имеют отраслевую (секторальную) специфику. Целью статьи является уточнение роли и значения печатных средств массовой информации (СМИ) в условиях цифровой экономики. При проведении исследования использованы данные официальной статистики, обработанные с применением известных методов экономических и управленческих исследований. В ходе проведения анализа литературных источников показано, что традиционно переход к цифровой экономике оценивается как изменение бизнес-среды для организаций, в том числе для печатных СМИ. В результате авторского исследования установлено, что такой подход к трактовке цифровизации и цифровой трансформации, сопровождающих переход к цифровой экономике, имеет ограниченную применимость. В некоторых отраслях он требует корректировки, в частности, это относится к печатным СМИ, для которых цифровая экономика — не внешний фактор их развития, но внутренний фактор их успешного функционирования. Кроме того, деятельность печатных СМИ сама является неотъемлемым элементом цифровой экономики. Их функционирование связано с генерацией и распространением информации, по мере развития процессов цифровизации и цифровой трансформации эта информация оцифровывается и вовлекается в хозяйственный оборот как ресурс развития цифровой экономики. Также в статье показано, что печатные СМИ все более активно используются для производства контента, лежащего в основе их продукта, современные цифровые технологии, вследствие чего этот контент трансформируется не только по форме, но и по содержанию. Таким образом, в статье изложено новое видение особенностей развития и функционирования печатных СМИ в условиях цифровой экономики. Полученные результаты могут быть учтены как в дальнейших научных исследованиях, так и на практике — при разработке стратегий развития печатных СМИ и при совершенствовании методов и инструментария государственного регулирования процессов перехода России к модели цифровой экономики.

Ключевые слова: менеджмент организации, печатные СМИ, цифровая трансформация бизнеса, цифровая экономика, цифровизация деловых процессов

Для цитирования: Плотников В.А., Шамина О.А. Печатные СМИ в цифровой экономике // BENEFICIUM. 2023. № 3(48). С. 21-27. DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2023.3(48).21-27

ORIGINAL PAPER

PRINT MEDIA IN THE DIGITAL ECONOMY

V.A. Plotnikov, Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia

O.A. Shamina, St. Petersburg University, Saint Petersburg, Russia

Abstract. In modern conditions, the processes of digitalization of the economy are actively developing, ultimately leading to its digital transformation. The digital economy changes the effective rules of doing business. These changes have industry (sectoral) specifics. The purpose of the article is to clarify the role and importance of print media (mass media) in the digital economy. The research utilizes official statistics data processed using well-known methods of economic and managerial research. The analysis of literature sources shows that traditionally the transition to the digital economy is assessed as a change in the business environment for organizations, including print media. The author's research found that this approach to the interpretation of digitalization and digital transformation accompanying the transition to the digital economy has limited applicability. In some industries, it requires adjustment, particularly for print media, for which the digital economy is not an external factor in their development, but an internal factor in their successful functioning. In addition, the activities of print media are themselves an integral element of the digital economy. Their functioning is associated with the generation and dissemination of information, and as the processes of digitalization and digital transformation develop, this information is digitized and brought into economic circulation as a resource for the development of the digital economy. The article also shows that print media are increasingly using modern digital technologies to produce the content underlying their product, because of which this content is transforming not only in form, but also in content. Thus, the article presents a new vision of the peculiarities of the development and functioning of print media in the digital economy. The results obtained can be considered both in further scientific research and in practice - in developing strategies for the development of print media and in improving the methods and tools of state regulation of the processes of transition to the digital economy model in the Russian Federation.

Keywords: organization management, print media, digital business transformation, digital economy, digitalization of business processes

For citation: Plotnikov V.A., Shamina O.A. Print Media in the Digital Economy // Beneficium. 2023. Vol. 3(48). Pp. 21-27. (In Russ.). DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2023.3(48).21-27

Введение

Цифровая экономика – сравнительно новый феномен, изучению которого посвящено значительное число современных исследований. Ее становление и развитие во многом связаны с замещением отдельных процессов в экономике и обществе в целом их цифровыми аналогами [1-3]. Например, в бытовую технику и различные устройства, используемые людьми в повседневной жизни (холодильники, электрочайники, дверные замки и др.), встраиваются специальные цифровые модули, которые позволяют расширить функциональность этих вещей, осуществлять дистанционное, в том числе автоматическое – без участия человека, управление ими.

Помимо этого, возникают новые объекты и виды деятельности, которые в доцифровую эпоху попросту отсутствовали, т.к. не было технологической основы для их существования. Например, это – программирование цифровых устройств; благодаря широкому распространению последних возник запрос на производство программного обеспечения. Это привело, к тому, что, например, в Индии была сформирована самостоятельная крупная отрасль экономики – оффшорное программирование. О масштабе этой отрасли свидетельствует тот факт, что в стоимостном объеме экспорта Индии на долю программного обеспечения и сопутствующих услуг приходится свыше 1/3 [4].

Цифровизация и цифровая трансформация приводят к тому, что перспективы развития традиционных видов бизнеса начинают недооцениваться, как в предпринимательском сообществе (при выборе направлений инвестирования, оценке стратегических перспектив развития и др.), так и в рамках различных государственных программ и стратегий развития. Касается это, в частности и индустрии традиционных печатных средств массовой информации (СМИ). Целью авторской статьи является уточнение роли и значения печатных СМИ в условиях цифровой экономики.

Развитие цифровой экономики, осуществляемое в логике «автоматизация – информатизация – цифровизация – цифровая трансформация» [5-7], сегодня признается одним из долгосрочных приоритетов экономического развития. Для регулирования отношений и координации усилий, связанных с цифровой экономикой, рационализации используемых для этого ресурсов в России реализуется национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [8].

В то же время, само понятие цифровой экономики до сих пор остается не до конца определенным. Как указывается в соответствующем докладе Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) [9], «при оценке масштабов цифровой экономики, а также создаваемой в ней стоимости и получаемых выгод возникает множество трудностей. Во-первых, нет общепринятого определения цифровой экономики. Во-вторых, не хватает достоверных статистических данных о ее ключевых компонентах и аспектах». Но это не мешает изучению этого феномена, хотя и снижает строгость выводов и, порой, ставит под сомнение получаемые на зыбкой экспертной основе рекомендации.

Как указано в диссертационном исследовании П.Э. Прохорова, «к настоящему моменту специалистами из разных областей науки был предложен широкий круг определений цифровой экономики. Большинство из этих определений носят теоретический характер, что ограничивает их использование в прикладных исследованиях» [10]. На основе проведенного анализа этот автор предлагает определять цифровую экономику как совокупность трех элементов. Она включает «экономическую деятельность, связанную с про-

изводством товаров и оказанием услуг в сфере цифровых технологий; экономическую деятельность, связанную с производством товаров и оказанием услуг в электронном виде; экономическую деятельность, связанную с использованием цифровых технологий» [10]. По нашему мнению, на концептуальном уровне с такой трактовкой можно согласиться.

СМИ играют заметную роль в современной экономике и обществе. В рамках исследования нас интересует экономическая составляющая деятельности СМИ, в частности – их связь с развитием цифровой экономики. Эти вопросы изучаются многими современными специалистами. Так, в статье [11] справедливо отмечается, что «одним из основных трендов развития медиаиндустрии в современной экономике, безусловно, выступает процесс цифровизации. Для всей сферы медиа процесс цифровизации подразумевает поистине глобальные трансформации».

Значимую роль в развитии и экономике Российской Федерации в целом, и СМИ, в частности, сыграли жесткие санкции «коллективного Запада» 2022 г. В этой связи, как отмечено в [12], «четко обозначились основные проблемы бизнеса печатных СМИ в условиях санкций, ограничений, разрыва деловых связей, ухода с российского медийного рынка ряда изданий..., ухода крупных брендов-рекламодателей, логистических проблем, дефицита сырья, нерегулируемого повышения цен». В то же время, вызванные политико-экономическими обстоятельствами факторы лишь наложились на те проблемы, с которыми столкнулись печатные СМИ ранее, в условиях цифровизации экономики: «Кризисные явления в сфере бумажной периодики проявились гораздо раньше, и в условиях конкуренции за аудиторию и рекламодателя с соцсетями издатели были в поиске новых эффективных бизнес-моделей».

Следует сказать, что традиционно цифровизация воспринимается как фактор ужесточения конкуренции печатных СМИ [13], которые, подвергаясь давлению со стороны новых цифровых СМИ и социальных сетей (которые, строго говоря, средством массовой информации не являются, но выполняют ту же функцию, что и СМИ – информирование населения), вынуждены противостоять не только им, но также вступать в более жесткую конкуренцию друг с другом. Одной из стратегий развития в этих условиях является конвергенция традиционных печатных СМИ, инкорпорирование в процессы их деятельности новых цифровых технологий, в том числе предназначенных для выстраивания диалога с целевой аудиторией [14-16].

Важно отметить, что в литературе переход к цифровой экономике применительно к деятельности печатных СМИ воспринимается в большинстве случаев как некоторый внешний фактор, который следует учитывать в стратегии развития соответствующих организаций. Этому фактору в зависимости от контекста и направленности конкретного исследования дается характеристика в рамках классического SWOT-анализа либо как «возможности» для развития, либо как «угрозы», требующей преодоления.

Для проведения исследования использованы традиционные методы экономических исследований, в том числе сравнительный и ретроспективный анализ, методы исследования экономической структуры, ситуационный и системный анализ, экспертно-аналитические и статистические методы и др. Материалами для проведения исследования послужили результаты ранее выполненных авторских исследований и результаты, полученные иными специалистами, отраженные в монографиях, научных статьях и иных публикациях, данные официальной статистики, а также информация, представленная в деловых и профессиональных СМИ.

Результаты и их обсуждение

Как указывалось выше, для печатных СМИ цифровизацию экономики принято рассматривать как внешний фактор, определяющий изменения в стратегии и тактике поведения организаций, издающих эти СМИ, на рынке. В то же время, мы отмечали неопределенность самого понятия «цифровая экономка», которому дается множество различных, пусть близких, но все же различающихся, порой в существенных моментах, трактовок. При этом, в литературных источниках виды деятельности, связанные с цифровой экономикой, всегда увязывают с использованием цифровых технологий или созданием предпосылок для их применения.

Отличие теоретических рассуждений от хозяйственной практики состоит в том, что последняя осуществляется в правовом поле, поэтому для используемых в ней понятий и категорий присуща более строгая формальная регламентация. Не является исключением и феномен «цифровой экономики». Росстат систематизирует информацию о ней и представляет некоторую отчетность о ее развитии в России. Этот сбор данных происходит в разрезе определенных видов экономической деятельности, согласно действующему Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД2), как это указано в *табл. 1*. [17].

Таблица 1 / Table 1

Виды экономической деятельности, относимые к цифровому сектору национальной экономики / Economic Activities Included in the Digital Sector of the National Economy

Наименование группировки ОКВЭД2 / Name of OKVED2 (Russian Classification of Economic Activities) Grouping	Код ОКВЭД2 / OKVED2 Code
Производство элементов электронной аппаратуры и печатных схем (плат)	26.1
Производство компьютеров и периферийного оборудования	26.2
Производство коммуникационного оборудования	26.3
Производство бытовой электроники	26.4
Производство незаписанных магнитных и оптических технических носителей информации	26.8
Торговля оптовая компьютерами, периферийными устройствами к компьютерам и программным обеспечением	46.51
Торговля оптовая электронным и телекоммуникационным оборудованием и его запасными частями	46.52
Издание книг, периодических публикаций и другие виды издательской деятельности	58.1
Издание программного обеспечения	58.2
Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ	59.1
Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений	59.2
Деятельность в области радиовещания	60.1
Деятельность в области телевизионного вещания	60.2
Деятельность в области связи на базе проводных технологий	61.1
Деятельность в области связи на базе беспроводных технологий	61.2
Деятельность в области спутниковой связи	61.3
Деятельность в области телекоммуникаций прочая	61.9
Разработка компьютерного программного обеспечения	62.01
Деятельность консультативная и работы в области компьютерных технологий	62.02
Деятельность по управлению компьютерным оборудованием	62.03
Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, прочая	62.09
Деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность	63.11
Деятельность web-порталов	63.12
Деятельность информационных агентств	63.91
Деятельность информационных служб прочая, не включенная в другие группировки	63.99
Ремонт компьютеров и периферийного компьютерного оборудования	95.11
Ремонт коммуникационного оборудования	95.12

Источник: составлено авторами по данным [18] / Source: compiled by the authors based on [18]

Следует отметить, что помимо, несомненно, цифровых и высокоцифровизованных видов деятельности в российской статистике к цифровому сектору экономики относится

и такой вид деятельности, как «Издание книг, периодических публикаций и другие виды издательской деятельности», состав которого раскрыт в *табл. 2*.

Таблица 2 / Table 2

Состав вида экономической деятельности по ОКВЭД2 – 58.1: Издание книг, периодических публикаций и другие виды издательской деятельности / Type of Economic Activity According to OKVED2 – 58.1: Publishing of Books, Periodicals and Other Types of Publishing Activities

Код ОКВЭД2 / OKVED2 Code	Наименование группировки ОКВЭД2 / Name of OKVED Grouping
58.11	Издание книг
58.11.1	Издание книг, брошюр, рекламных буклетов и аналогичных изданий, включая издание словарей и энциклопедий, в том числе для слепых, в печатном виде
58.11.2	Издание книг, брошюр, рекламных буклетов и аналогичных изданий, включая издание словарей и энциклопедий на электронных носителях
58.11.3	Издание атласов, карт и таблиц, в том числе для слепых, в печатном виде
58.11.4	Издание атласов, карт и таблиц на электронных носителях
58.12	Издание адресных справочников и списков адресатов
58.12.1	Издание справочников в печатном виде
58.12.2	Издание справочников на электронных носителях

58.13	Издание газет
58.13.1	Издание газет в печатном виде
58.13.2	Издание газет на электронных носителях
58.14	Издание журналов и периодических изданий
58.14.1	Издание журналов и периодических публикаций в печатном виде
58.14.2	Издание журналов и периодических публикаций на электронных носителях
58.19	Виды издательской деятельности прочие

Источник: составлено авторами по данным [18] / Source: compiled by the authors based on [18]

Легко заметить, что деятельность исследуемых нами печатных СМИ, формально говоря, отнесена к цифровой экономике. Т.е. для печатных СМИ фактор цифровой экономики не только может рассматриваться как внешний, они сами являются неотъемлемым элементом цифровой экономики.

В настоящее время (по состоянию на 25.07.2023 г.), по данным Роскомнадзора, в реестре зарегистрированных СМИ содержатся данные о 152993 изданиях [19], но не все из них являются действующими. По итогам I квартала 2023 г. таковых было 57229, их количество и структура по формам распространения приведены в табл. 3.

Таблица 3 / Table 3

Сведения о количестве СМИ в Российской Федерации по данным Роскомнадзора / Number of Media in the Russian Federation (according to Roskomnadzor)

№ п/п	Форма распространения / Distribution Form	Общее количество действующих СМИ по состоянию на 31.03.2023 / The Total Number of Active Media as of 31.03.2023	Доля / Share	
			В группе / In Group	Общая / General
1.	<i>Печатные СМИ:</i>	35592		62.19%
1.1.	Газеты	12760	35.85%	
1.2.	Журналы	20513	57.63%	
1.3.	Сборники	1014	2.85%	
1.4.	Альманахи	564	1.58%	
1.5.	Каталоги	0	0.00%	
1.6.	Справочники	2	0.01%	
1.7.	Бюллетени	739	2.08%	
2.	<i>Электронные СМИ:</i>	8359		14.61%
2.1.	Телепрограммы	3029	36.24%	
2.2.	Радиопрограммы	671	8.03%	
2.3.	Видеопрограммы	65	0.78%	
2.4.	Кинохроникальные программы	18	0.22%	
2.5.	Аудиопрограммы	4	0.05%	
2.6.	Телеканалы	2187	26.16%	
2.7.	Радиоканалы	2385	28.53%	
3.	<i>Информационные агентства</i>	1061		1.85%
4.	<i>Электронные периодические издания</i>	3107		5.43%
5.	<i>Сетевые издания</i>	9110		15.92%
	Итого	57229		

Источник: составлено авторами по данным [18] / Source: compiled by the authors based on [18]

Из табл. 3 следует, что печатные СМИ являются доминирующими по количеству среди всех СМИ, а среди печатных – наибольшая доля принадлежит традиционным журналам и газетам. Доля тех СМИ, которые могли бы позиционироваться как «цифровые», сравнительно невелика. Этот факт может быть объяснен двумя основными обстоятельствами:

- во-первых, отрасли СМИ, как и любой другой отрасли экономики, присуща определенная инерционность; поэтому сравнительно новый сектор цифровых СМИ пока еще «набирает обороты». И это подтверждается статистикой; например, в течение I квартала 2023 г. было подано в Роскомнадзор 148 заявок на первичную регистрацию печатных СМИ и 362 заявки (т.е. в 2.4 раза больше) на регистрацию сетевых изданий;
- во-вторых, традиционные печатные СМИ активно мигрируют в цифровую среду, осуществляя предоставление контента через собственный интернет-сайт, сайты информационных компаний-агрегаторов, через прямую рассылку сообщений на электронную почту подписчиков, посредством

социальных сетей и мессенджеров и т.д.; в результате, граница между разными типами СМИ размывается.

Таким образом, печатные СМИ в современных условиях следует позиционировать как неотъемлемый элемент цифровой экономики, играющий в ней двойную роль. С одной стороны, деятельность СМИ связана с генерацией и распространением информации. И хотя эта информация не обязательно имеет цифровой формат представления, тем не менее, это лишь техническая особенность, которая легко может быть изменена по мере дальнейшего развития процессов цифровизации и цифровой трансформации экономики в целом. С другой стороны, печатные СМИ активно используют для производства своей продукции цифровые технологии, а их контент мигрирует в электронную среду, приобретая цифровую форму.

Изложенные обстоятельства могут быть учтены как в деятельности менеджмента предприятий печатных СМИ, так и государственных органов, на которые возложено решение задач в рамках национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Печатные

СМИ могут являться получателями субсидий и иных форм государственной поддержки при реализации этой программы. Это особенно важно в условиях, когда не только печатные СМИ, но и российский бизнес в целом столкнулись с многочисленными затруднениями, связанными с введенными антироссийскими санкциями [20-22].

Заключение

Проведенное исследование позволило установить, что несмотря на процессы цифровизации и цифровой трансформации экономики, приводящие к снижению значимости традиционных бизнесов, печатные СМИ сохраняют свое позиционирование. Переход к цифровой экономике, безусловно, сказывается на них. Но даже сохраняя в своем арсенале традиционные технологии, печатные СМИ играют в цифровой экономике важную роль. Их значение не снижается, а – напротив – возрастает. Такая точка зрения пока что не является общепринятой, и значение печатных СМИ в цифровой экономике, по нашему мнению, пока что недооценено, что требует исправления. И проведенное авторское исследование, результаты которого представлены в данной статье, – один из шагов на этом пути.

Вклад авторов

Исследование авторами выполнено совместно, все его элементы (выработка замысла и плана проведения исследования, подбор и изучение литературы, генерация и апробация идей, написание текста статьи и ее оформление) выполнялись авторами коллективно, в режиме обсуждений, взаимодействия и кооперации, что не позволяет разделить авторский вклад. Данная научная статья создана совместным творческим трудом В.А. Плотникова и О.А. Шаминой, что регламентировано частью 1 ст. 1258 Гражданского Кодекса Российской Федерации.

Библиография

- [1] Вертакова Ю.В., Крыжановская О.А., Степанова А.Р. Цифровая трансформация социально-экономических и производственных процессов на основе цифровой платформы интернета вещей // Вестник ОрелГИЭТ. 2019. Том 4. № 50. С. 130-135. DOI: 10.36683/2076-5347-2019-4-50-130-135
- [2] Алетдинова А.А., Аলেখина Д.А., Андрухова О.В. [и др.]. Развитие цифровой экономики в условиях деглобализации и рецессии. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2019. 753 с. DOI: 10.18720/IEP/2019.2
- [3] Сахапова Т.С., Исмагилов Т.Ш., Тихонов В.А. Цифровой двойник производства как этап новой цифровой бизнес-модели промышленного предприятия // Горная промышленность. 2023. Том 2. С. 62-68. DOI: 10.30686/1609-9192-2023-2-62-68
- [4] Гришин И. Взлет по-индийски // Мировая экономика и международные отношения. 2009. Том 3. С. 83-94.
- [5] Дородных Е.Е., Князьнеделин Р.А., Курбанов А.Х., Плотников В.А. Методические аспекты эффективной цифровизации экономических систем (на примере предприятий оборонно-промышленного комплекса). Курск: Университетская книга, 2022. 167 с.
- [6] Измерение и оценка результатов и эффектов цифровой трансформации топливно-энергетического комплекса: материалы, подготовленные Институтом энергетических исследований РАН (ИНЭИ РАН) по результатам выполнения НИР по теме «Разработка научно обоснованных предложений по измерению и оценке результатов и эффектов цифровой трансформации топливно-энергетического комплекса». М.: ИНЭИ РАН, 2019. 199 с.
- [7] Руденко М.Н., Грибанов Ю.И. Тенденции цифровизации и сервисизации экономики // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2019. Том 2. №

40. С. 5-8.
- [8] «Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 № 7) (2019). КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854/ (дата обращения 20.07.2023).
- [9] Доклад о цифровой экономике. 2019 «Создание стоимости и получение выгод: последствия для развивающихся стран». Женева: ЮНКТАД, 2019. 31 с.
- [10] Прохоров П.Э. Статистическое исследование развития цифровой экономики в Российской Федерации: дис. ... канд. экон. наук. М., 2022. 246 с.
- [11] Габисония Т.Г., Ворошилова М.С. Тенденции развития медиаиндустрии в условиях современной экономики // Маркетинг и логистика. 2023. Том 1. № 45. С. 5-17.
- [12] Каминская Т.Л. Печатные СМИ России в новых социально-политических условиях: проблемы и креативные решения // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2023. Том 2. № 47. С. 53-57. DOI: 10.34680/2411-7951.2023.2(47).53-57
- [13] Минеев А.Н., Милосердова Е.Е. Исследование и анализ рынка печатных СМИ // Теория и практика общественного развития. 2022. Том 3. № 169. С. 74-79.
- [14] Антонов-Овсенко А.А., Шитикова Е.М. Мультимедийность и мультиплатформенность как инструменты расширения аудитории и монетизации контента печатных СМИ на современном этапе // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2022. Том 1. № 72. С. 119-125. DOI: 10.26456/vtfilol/2022.1.119
- [15] Чжан Я. Функционирование и работа с аудиторией в новой медиасреде онлайн-версий печатных СМИ // Мировая наука. 2022. Том 5. № 62. С. 227-232.
- [16] Шамина О.А. Разработка стратегии предприятия печатных средств массовой информации в условиях медиаконвергенции // Журнал правовых и экономических исследований. 2021. Том 2. С. 203-205.
- [17] «ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 N 14-ст) (ред. от 07.07.2023) (2023). КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320/ (дата обращения 20.07.2023).
- [18] Алексеев К. Измерение цифровой экономики (2020). Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/XselKHwQ/Alekseyev-10112020-pres.pdf> (дата обращения 12.06.2023).
- [19] Перечень наименований зарегистрированных СМИ (2023). Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. URL: <https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/> (дата обращения 25.07.2023).
- [20] Плотников А.В. Моделирование форм проявления кризиса в национальной экономике под воздействием неэкономического шока (на примере кризисов в России 2020 и 2022 годов) // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2022. № 5 (137). С. 194-200.
- [21] Плотников В.А., Вертакова Ю.В. Устойчивость развития российской промышленности в условиях макроэкономического шока и новая промышленная политика // Экономика и управление. 2022. Том 28. № 10. С. 1037-1050. DOI: 10.35854/1998-1627-2022-10-1037-1050
- [22] Цехомский Н.В. Инвестиционная поддержка промышленного развития в условиях санкций // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2022. Том 4. № 54. С. 5-9.

References

- [1] Vertakova Yu.V., Kryzhanovskaya O.A., Stepanova A.R. Cifrovaya transformaciya social'no-ekonomicheskikh i proizvodstvennyh processov na osnove cifrovoj platformy

- interneta veshchej [Digital transformation of socio-economic and production processes based on the digital platform of the Internet of Things] // *OreISIET Bulletin*. 2019. Vol. 4(50). Pp. 130-135. (In Russ.). DOI: 10.36683/2076-5347-2019-4-50-130-135
- [2] Aletdinova A.A., Alekhina D.A., Andrukhova O.V. [et al.]. *Razvitie cifrovoj ekonomiki v usloviyah deglobalizatsii i recessii* [Development of the digital economy in the context of deglobalization and recession]. Saint Petersburg: Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University, 2019. 753 p. (In Russ.). DOI: 10.18720/IEP/2019.2
- [3] Sakhapova T.S., Ismagilov T.Sh., Tikhonov V.A. A digital Twin of the manufacturing System as a stage in the new digital business model of an industrial company // *Mining Industry*. 2023. Vol. 2. Pp. 62-68. (In Russ.). DOI: 10.30686/1609-9192-2023-2-62-68
- [4] Grishin I. *Vzlet po-indijski [Rise in Indian style]* // *World Economy and International Relations*. 2009. Vol. 3. Pp. 83-94. (In Russ.)
- [5] Dorodnykh E.E., Knyaznedelin R.A., Kurbanov A.Kh., Plotnikov V.A. *Metodicheskie aspekty effektivnoj cifrovizatsii ekonomicheskikh sistem (na primere predpriyatij oboronno-promyshlennogo kompleksa)* [Methodological aspects of effective digitalization of economic systems (on the example of enterprises of the military-industrial complex)]. Kursk: Universitetskaya kniga, 2022. 167 p. (In Russ.).
- [6] *Izmerenie i ocenka rezul'tatov i effektivnosti cifrovoj transformatsii toplivno-energeticheskogo kompleksa: materialy, podgotovlennyye Institutom energeticheskikh issledovaniy RAN (INEI RAN) po rezul'tatam vypolneniya NIR po teme "Razrabotka nauchno obosnovannykh predlozhenij po izmereniyu i ocenke rezul'tatov i effektivnosti cifrovoj transformatsii toplivno-energeticheskogo kompleksa"* [Measuring and evaluating the results and effects of the digital transformation of the fuel and energy complex: materials prepared by the Institute for Energy Research of the Russian Academy of Sciences (INEI RAS) based on the results of research on the topic "Development of scientifically based proposals for measuring and evaluating the results and effects of the digital transformation of the fuel and energy complex"]. M.: INEI RAS, 2019. 199 p. (In Russ.).
- [7] Rudenko M.N., Gribanov Yu.I. *Trends of digitalization and servicing of economy* // *Teoriya i praktika servisa: ekonomika, social'naya sfera, tekhnologii* [Theory and Practice of Service: Economics, Social Sphere, Technologies]. 2019. Vol. 2(40). Pp. 5-8. (In Russ.).
- [8] "Paspport nacional'nogo proekta "Nacional'naya pro-gramma "Cifrovaya ekonomika Rossijskoj Federatsii" (utv. prezidiumom Soveta pri Prezidente RF po strategicheskomu razvitiyu i nacional'nym proektam, protokol ot 04.06.2019 № 7) ["Passport of the national project "National pro-gram "Digital Economy of the Russian Federation" (approved by the Presidium of the Presidential Council for Strategic Development and National Projects, Minutes of 04.06.2019 No. 7)] (2019). ConsultantPlus. (In Russ.). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32885_4/ (accessed on 20.07.2023).
- [9] *Doklad o cifrovoj ekonomike. 2019 "Sozдание stoimosti i poluchenie vygod: posledstviya dlya razvivayushchih stran"* [Report on the digital economy. 2019 "Creating Value and Reaping Benefits: Implications for Developing Countries"]. Geneva: UNCTAD, 2019. 31 p. (In Russ.).
- [10] Prokhorov P.E. *Statistical study of the development of the digital economy in the Russian Federation: cand. economy sciences thesis*. M., 2022. 246 p. (In Russ.).
- [11] Gabisonia T.G., Voroshilova M.S. *Trends in the development of the media industry in the conditions of the modern economy* // *Marketing i logistika* [Marketing and Logistics]. 2023. Vol. 1(45). Pp. 5-17. (In Russ.).
- [12] Kaminskaya T.L. *Print media of Russia in new socio-political conditions: problems and creative solutions* // *Memoirs of NovSU*. 2023. Vol. 2(47). Pp. 53-57. (In Russ.). DOI: 10.34680/2411-7951.2023.2(47).53-57
- [13] Mineev A.N., Miloserdova E.E. *Research and analysis of the print media market* // *Theory and Practice of Social Development*. 2022. Vol. 3(169). Pp. 74-79. (In Russ.).
- [14] Antonov-Ovseenko A.A., Shitikova E.M. *Multimedia and multi-platform Approaches as nowadays Tools for Broadcasting and Monetizing Print Media Content* // *Herald of Tver State University. Series: Philology*. 2022. Vol. 1(72). Pp. 119-125. (In Russ.). DOI: 10.26456/vtfillol/2022.1.119
- [15] Zhang Ya. *Functioning and working with the Audience in the new Media Environment of online Versions of Print Media* // *World Science*. 2022. Vol. 5(62). Pp. 227-232. (In Russ.).
- [16] Shamina O.A. *Developing Strategy of Print Media enterprise in the context of Media Convergence* // *Journal of Legal and Economic Studies*. 2021. Vol. 2. Pp. 203-205. (In Russ.).
- [17] "OK 029-2014 (KDES Red. 2). *Obshcherossijskij klassifikator vidov ekonomicheskoy deyatel'nosti*" (utv. Priказom Rosstandarta ot 31.01.2014 N 14-st) (red. ot 07.07.2023) ["OK 029-2014 (KDES Ed. 2). All-Russian Classifier of Economic Activities" (approved by Order of Rosstandart of 31.01.2014 N 14-st) (ed. from 07.07.2023)] (2023). ConsultantPlus. (In Russ.). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16332_0/ (accessed on 20.07.2023).
- [18] Alekseev K. *Izmerenie cifrovoj ekonomiki* [Aleksseev K. Measurement of the digital economy] (2020). Federal State Statistics Service. (In Russ.). URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/XselKHwQ/Alekseyev-10112020-pres.pdf> (accessed on 12.06.2023).
- [19] *Perechen' naimenovanij zaregistrovannykh SMI* [List of names of registered media outlets] (2023). The Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media. (In Russ.). URL: <https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/> (accessed on 25.07.2023).
- [20] Plotnikov A.V. *Modeling forms of manifestation of the crisis in the national economy under the influence of non-economic shock (on the example of crises in Russia in 2020 and 2022)* // *News of the St. Petersburg State University of Economics*. 2022. No. 5(137). Pp. 194-200. (In Russ.).
- [21] Plotnikov V.A., Vertakova Yu.V. *Sustainable Development of Russian Industry in the Context of a macroeconomic Shock and new industrial Policy* // *Economics and Management*. 2022. Vol. 28(10). Pp. 1037-1050. (In Russ.). DOI: 10.35854/1998-1627-2022-10-1037-1050
- [22] Tsekhomsky N.V. *Investment support for industrial development under sanctions* // *Teoriya i praktika servisa: ekonomika, social'naya sfera, tekhnologii* [Theory and Practice of Service: Economics, Social Sphere, Technologies]. 2022. Vol. 4(54). Pp. 5-9. (In Russ.).

Информация об авторах / About the Authors

Владимир Александрович Плотников – д-р экон. наук, профессор; профессор, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия / **Vladimir A. Plotnikov** – Dr. Sci. (Economics), Professor; Professor, Saint Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia
E-mail: Plotnikov_2000@mail.ru
SPIN РИНЦ 4075-8257
ORCID 0000-0002-3784-6195
ResearcherID A-4854-2014
Scopus Author ID 55968032400

Ольга Алексеевна Шамина – канд. экон. наук; старший преподаватель, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия / **Olga A. Shamina** – Cand. Sci. (Economics); Senior Lecturer, St. Petersburg University, Saint Petersburg, Russia
E-mail: Shamina_oa@inbox.ru
SPIN РИНЦ 4841-1453
ORCID 0009-0002-5748-941X
ResearcherID HTP-3288-2023

Дата поступления статьи: 26 июля 2023
Принято решение о публикации: 25 сентября 2023

Received: July 26, 2023
Accepted: September 25, 2023