



Медиаэкономика – основные термины и понятия

Экономика - Это слово (от греч. *oikonomike* – искусство ведения хозяйства, домоводство) обозначает:

- народное хозяйство, включающее отрасли материального и нематериального производства;
- научную дисциплину, занимающуюся изучением секторов и отраслей хозяйства страны, регионов, условий и элементов производства.

Экономикс – теория рыночной организации общественного производства, включающая макроэкономику и микроэкономику.

Основные этапы становления и развития экономической науки


Из такого понимания в науке выделяется два направления:

Экономика как наука о ведении хозяйства.

Известно происхождение термина «Экономика», который был введен в оборот Ксенофонтом: ойкос – дом, номос – закон, то есть, по сути, наука о законах дома.

Хрематистика – искусство делать деньги, так как рыночные отношения были довольно развиты.

- **Макроэкономика** – раздел экономической науки, исследующий экономику как целое, а также важнейшие ее сектора и использующий для этого агрегированные (всеохватывающие) показатели и их связи, например, с деньгами, занятостью, процентными ставками, государственными расходами, инвестициями и потреблением.
- **Микроэкономика** – раздел экономической науки, изучающий относительно маломасштабные экономические процессы, субъекты, явления. В центре ее внимания находятся производители и потребители, их решения по поводу объема производства, продаж, покупок, потребления с учетом потребностей, цен, затрат, прибыли. Основные разделы микроэкономики изучают теорию рыночных структур и фирм, вопросы монополии и конкуренции, проблемы взаимодействия государства, общественного и частного секторов, распределения доходов.

- 
- **Политическая экономия** – наука о производственных отношениях людей и экономических законах, регулирующих развитие исторически сменяющихся друг друга общественно-экономических формаций.

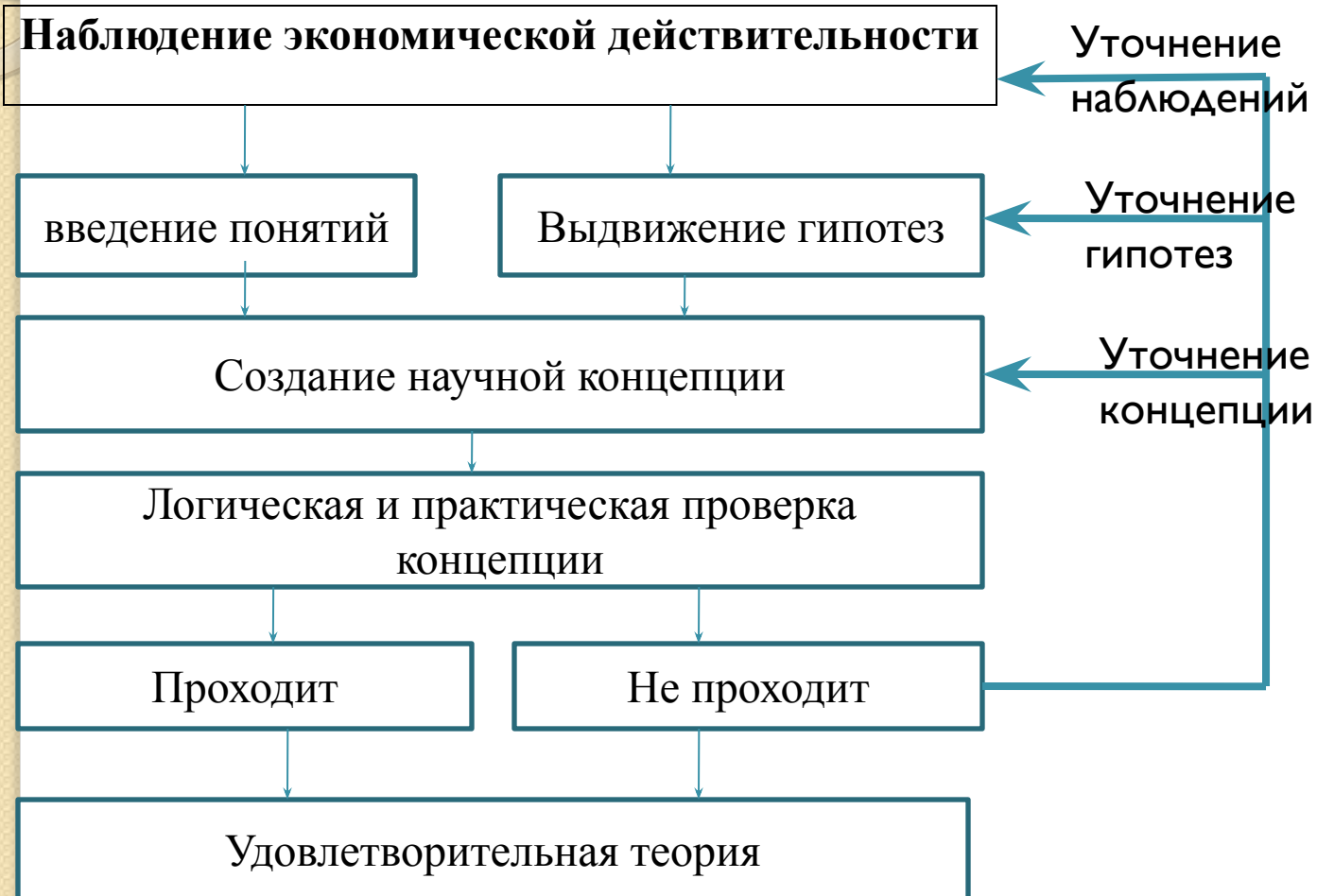
- **Медиаэкономика** – экономическая дисциплина, рассматривающая проблемы максимального использования того, чем располагают предприятия СМИ. Она предполагает изучение такого практического использования материальных (зданий, оборудования, финансов) и нематериальных (информации, людей – журналистов, менеджеров, технических профессионалов, обслуживающего персонала) ресурсов, которое ведет к максимальной эффективности медиапредприятия в частности и медиаиндустрии в целом.

Отличия Экономики СМИ по нескольким параметрам:

- по типу рынков, на которых конкурируют средства массовой информации;
- • по природе и степени конкуренции на этих рынках;
- по уникальному уровню концентрации в данной отрасли;
- • по монопольным характеристикам.

- **медиаэкономика** – экономическая дисциплина, рассматривающая проблемы экономики, т.е. максимального использования того, чем располагают предприятия СМИ. Изучение такого практического использования материальных (зданий, оборудования, финансов) и нематериальных (информации, людей – журналистов, менеджеров, технических профессионалов, обслуживающего персонала) ресурсов, которое ведет к максимальной эффективности медиапредприятия в частности и медиаиндустрии в целом.

процесс создания экономической теории



4.1. Нормативный и позитивный подход к экономике

- **Позитивная экономика** анализирует:
- к каким последствиям приводит то или иное решение экономического субъекта;
- при помощи каких средств может быть достигнута поставленная цель;
- какова будет «цена» (то есть альтернативные издержки) ее достижения. Кроме того, **ПОЗИТИВНЫЙ ПОДХОД** предполагает:
- объяснение и прогнозирование экономических явлений;
- изучение общеэкономических закономерностей;
- выявление причинно-следственной или функциональной связи между явлениями, ответ на вопрос «что есть?».
- Микроэкономика – **позитивная наука.**
-
- **Нормативный подход**, напротив дает:
- оценку данному экономическому явлению;
- субъективное суждение;
- рецепт действия, ответ на вопрос «что должно быть?».
- Нормативная экономика на основе имеющегося анализа решает, надо или не надо предпринимать данные шаги, оценивает их с точки зрения самых различных факторов (экономических и политических интересов, мировоззрения и т.д.).

Методы экономического анализа. Формальная логика как основной метод экономической науки. Экономические модели

Методы формальной логики

- Простейшей категорией формальной логики являются понятия. Они фиксируют мысль о предмете с помощью довольно обширного набора методов и приемов познания. Важнейшие из них:
- **Анализ** – метод познания, состоящий в расчленении целого на части;
- **Синтез** – соединение отдельных частей в единое целое;
- **Индукция** – метод, основанный на умозаклучениях от частного (особенного) к общему;
- **Дедукция** – наоборот, анализ от общего к частному;
- **Сравнение** – метод, определяющий сходство или различие явлений и процессов;
- **Аналогия** – метод, основанный на переносе одного или ряда свойств с известного явления на малоизвестное;
- **Проблема** – это четко сформулированный вопрос или комплекс вопросов, возникающих в процессе познания;
- **Допущения** – (научные абстракции) позволяют избежать чрезмерных сложностей при создании теории. Как заметил один французский философ, «абстрагирование есть экономический образ использования нашего мозга, интеллектуальные способности которого ограничены».
- Допущения необходимы, т.к. на исследуемые переменные в реальной действительности воздействует огромное количество внешних (экзогенных) факторов, которые невозможно учесть полностью. Не следует, однако, полагать, что упрощения всегда ведут к ухудшению теории. Иногда дополнительная информация только затушевывает основную идею, усложняет понимание происходящих процессов.
- **Гипотезы** – это метод познания, заключающийся в выдвижении научно обоснованного предположения о возможных причинах или связях явлений и процессов. Например, анализ поведения общества в условиях ограниченности ресурсов позволяет заметить, что выбор некоторого количества одного товара неизбежно вынуждает сокращать производства определенного количества другого товара и наоборот. Это позволяет выдвинуть гипотезу о существовании альтернативных издержек производства.

Экономическое моделирование

Основной метод исследования, используемый экономической теорией –

- моделирование экономических явлений и процессов.
- **Экономическая модель** – это упрощенное изображение экономической действительности, позволяющее выделить наиболее главное в сжатой компактной форме.
- Экономические модели должны отвечать ряду требований:
 - содержательность;
 - реалистичность принятых посылок и допущений;
 - возможность построения прогнозов;
 - возможность информационного обеспечения;
 - возможность проверки и др.

Основные типы экономических моделей

- В экономической теории используются, главным образом, модели двух типов: **оптимизационные и равновесные**.
- **Оптимизационные** модели используются при анализе поведения отдельных экономических агентов (потребителей, производителей и т.д.) для нахождения оптимальных величин. В этих моделях используются предельные показатели: предельная полезность, предельный продукт, предельный доход, предельные издержки и т.п. Данный анализ принято называть маржинальным (от англ. margin).
- **Равновесные** модели (модели рыночного равновесия) используются при исследовании взаимоотношений между экономическими агентами. При анализе предполагается, что система находится в равновесии, если взаимодействующие силы сбалансированы и отсутствует внутренний импульс к нарушению равновесия.


- рынок — рынок конкретного товара (услуги), географический рынок и рынок идей.

Сдвоенный рынок товаров и услуг



Содержание СМИ как товар

Доступ к аудиториям = услуга
для рекламодателей


- 
- **Рынок товаров СМИ** – это рынок содержания СМИ.
 - **Товар СМИ** – это содержание СМИ, то есть новости + мнения (идеи) + развлечения + знания.

РЫНОК УСЛУГ.

- **Доступ к аудитории** – это услуга СМИ, предоставляемая рекламодателям.

СМИ, не действующие на рынке рекламы и содержания

- **Первую группу** составляют книги, аудио- и видеокассеты, компакт-диски, компьютерные игры, которые чаще всего финансируются только за счет реализации.
- **Вторая группа** СМИ, опирается на особую систему финансирования, основанную на абонентской плате, государственном субсидировании, спонсорской помощи или их комбинации.



Вывод: *сдвоенный рынок товаров и услуг – наиболее существенная характеристика медиаиндустрии, отличающая ее от других отраслей современной экономики.*

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ РЫНОК СМИ

рынок СМИ включает три важнейших вектора деятельности:

- взаимодействие с аудиторией (предложение товара),
- взаимодействие с рекламодателями (предложение услуги)
- деятельность на конкретной территории (географический рынок).

Рынок СМИ

```
graph TD; A[Рынок СМИ] --> B[Сдвоенный рынок товаров и услуг]; A --> C[Географический рынок]; B --- D[+]; D --- C;
```

Сдвоенный рынок
товаров и услуг

+

Географический
рынок

I. Дайте комментарий и определите, какое заключение является позитивным, а какое –нормативным.

- а) В последнее время в стране наблюдается высокая инфляция.
- б) Необходимо разработать комплекс мер по снижению темпов инфляции.
- в) Эффективная рекламная компания может увеличить объем продаж.
- г) Уровень безработицы в России в начале 2000х годов составлял менее 11 %.
- д) Введение налогов на экспорт является одной из мер пополнения госбюджета.
- е) Увеличение цен на закупаемые фирмами сырье и материалы может послужить причиной общего роста цен.
- ж) Сегодняшнее состояние экономики требует решительного государственного вмешательства в сферу производства и обмена.
- з) Структурная перестройка экономики России, помимо других целей, направлена на повышение уровня потребления людей.
- и) Осуществление структурной перестройки экономики неизбежно ведет к разрушению эгалитаризма, господствующего в мышлении многих людей, резкому росту безработицы, что потенциально влечет за собой социальную дестабилизацию, и поэтому структурная перестройка должна осуществляться постепенно.

Контрольные вопросы

См. Лекция 1-2, вопросы в конце текста.
(также, учебное пособие Вартанова Е.Л.
«Медиаэкономика зарубежных стран»)