

ОСНОВЫ
ЖУРНАЛИСТИКИ

ОЖЖ



- ▶ 1. Свобода журналистики: философские основы.
- ▶ 2. Политико-правовой аспект свободы журналистики.
- ▶ 3. Экономический аспект свободы журналистики.
- ▶ 4. Профессиональная этика журналиста. Принцип правдивости и объективности.

ПРОБЛЕМА СВОБОДЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

- ▶ Определяет финансовые возможности использования свободы журналистики различными социальными субъектами.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СВОБОДЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

- ▶ Какие субъекты финансово способны заниматься журналистской деятельностью?
- ▶ Как они могут сформировать бюджет своих СМИ?

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СВОБОДЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

Даёт ответы на
следующие вопросы

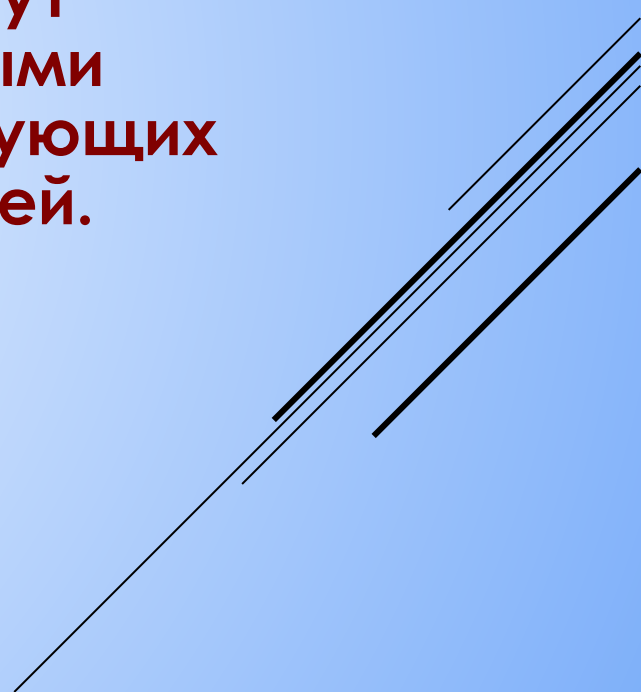


Правовое закрепление свободы журналистики, безусловно, важно и даже приоритетно...



...Но законные права не будут реализовываться социальными субъектами без соответствующих экономических возможностей.

**ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЙ И
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**



**АВТОРИТАРИЗМ:
ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЙ
аспект**

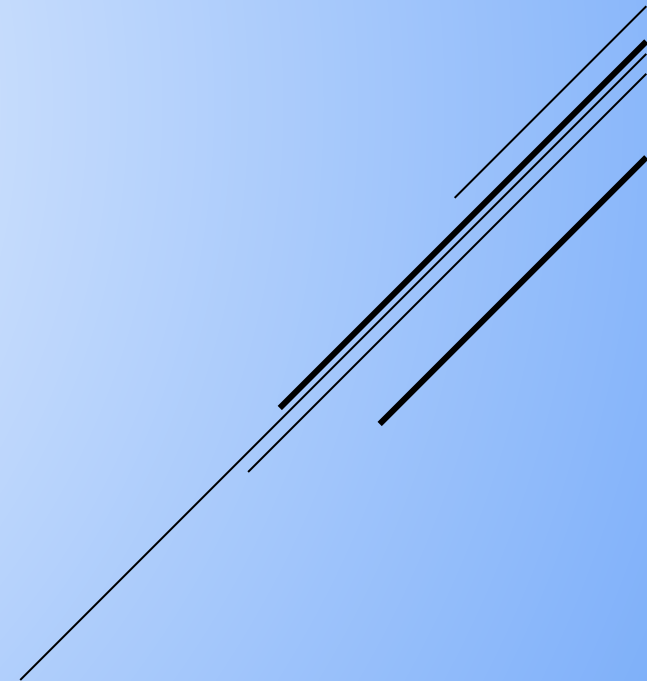
- **Власть помогает решать экономические вопросы близким к ней СМИ.**

**ДЕМОКРАТИЯ:
экономический
аспект**

- **СМИ сами решают свои экономические вопросы.**

**ЧТО ВАЖНЕЕ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ
СВОБОДЫ ЖУРНАЛИСТИКИ?**

БЮДЖЕТ СМИ И ЕГО ФОРМИРОВАНИЕ



- ▶ Формирование бюджета – результат систематической работы редакции СМИ по поиску источников финансирования и поддержанию взаимодействия с ними.

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НЕЗАВИСИМОСТЬ
СМИ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ЕГО БЮДЖЕТОМ**

Редакция должна иметь средства на осуществление своей деятельности.

Создание нового СМИ требует финансовых вложений, на самоокупаемость оно может выйти лишь через некоторое время.

Функционирование СМИ также предполагает расходы, которые должны компенсироваться доходами или из других источников.

**СМИ – ЭТО ПРЕДПРИЯТИЕ, БИЗНЕС
С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЭКОНОМИКИ**

Доходная часть



Поступления в бюджет

Расходная часть



Траты из бюджета

**БЮДЖЕТ СМИ – ЭТО БАЛАНС
ДОХОДОВ И РАСХОДОВ СМИ**

- ▶ Доходы должны соответствовать расходам СМИ, а желательно – превышать их, то есть редакция должна стремиться получать прибыль.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СМИ



- Оплата труда редакционного коллектива.

- Необходимые условия для работы: помещение, техника и др.

- Расходы на распространение информационного продукта.

ОСНОВНЫЕ ГРУППЫ РАСХОДОВ СМИ



**Собственные
ДОХОДЫ**

**Внешние
ВЛОЖЕНИЯ**



ОСНОВНЫЕ ГРУППЫ ДОХОДОВ СМИ

Доходная часть определяет расходную.

- **Соотношение доходов и расходов в бюджете**

Определяющее влияние на свободу СМИ оказывают источники доходов.

- **Влияние на свободу СМИ**

**БЮДЖЕТ СМИ И СВОБОДА
ЖУРНАЛИСТИКИ**

СОБСТВЕННЫЕ ДОХОДЫ: ВЛИЯНИЕ НА СВОБОДУ СМИ





ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ СОБСТВЕННЫХ ДОХОДОВ СМИ

Особенности продукта

- Предназначен для массовой аудитории и должен быть доступен ей финансово.

Особенности ценообразования

- Низкая цена (в т.ч. ниже себестоимости) или бесплатное распространение.

Значение источника

- Не может быть основным источником доходов при формировании бюджета.

ПРОДАЖА ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Что продаётся?

- **Возможность обращения к аудитории, которую собирает СМИ.**

Особенности ценообразования

- **Более или менее высокая цена ввиду востребованности подобных услуг.**

Значение источника

- **Может быть основным источником доходов при формировании бюджета.**

ПЛАТА ЗА РАСПРОСТРАНЕНИЕ РЕКЛАМЫ

- ▶ В целом собственные доходы повышают экономическую независимость СМИ, а значит поддерживают его свободу.

ВЛИЯНИЕ СОБСТВЕННЫХ ДОХОДОВ НА СВОБОДУ СМИ

ВНЕШНИЕ ВЛОЖЕНИЯ: ВЛИЯНИЕ НА СВОБОДУ СМИ



Источники

```
graph TD; A[Источники] --> B[Государственная поддержка]; A --> C[Финансирование от учредителя]; A --> D[Спонсорская поддержка];
```

**Государственная
поддержка**

**Финансирование
от учредителя**

**Спонсорская
поддержка**

**ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ВНЕШНИХ
ВЛОЖЕНИЙ ДЛЯ СМИ**

Государственные
СМИ

Все СМИ

- Полное или частичное финансирование в качестве учредителя – в интересах государственной власти.

- Налоговые льготы – для всех или социально значимых СМИ (на постоянной основе).

- Проектное финансирование – для социально значимых СМИ (госконтракты, гранты).

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА

Учредитель



- Полное или частичное.
- Постоянное или непостоянное.
- В экономических или политических интересах.

Спонсор



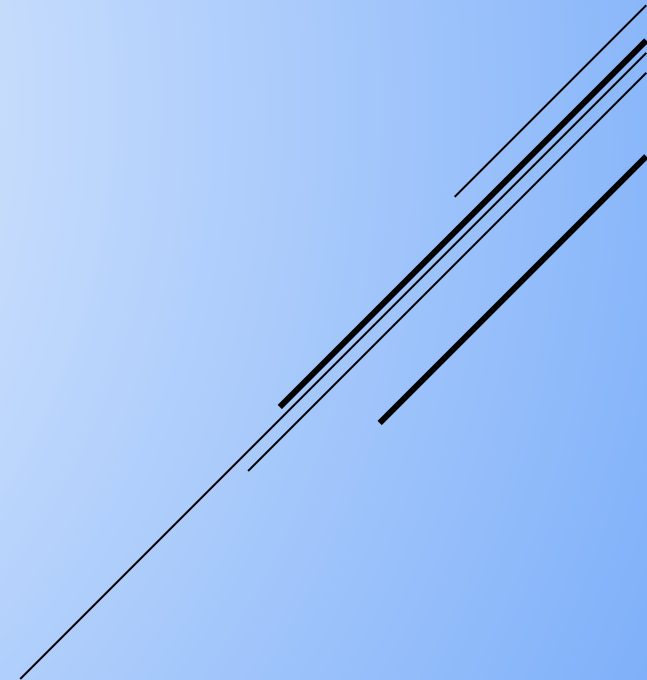
- Частичное.
- Непостоянное.
- В политических интересах.

ФИНАНСИРОВАНИЕ ОТ УЧРЕДИТЕЛЯ И СПОНСОРОВ

- ▶ В целом внешние вложения снижают экономическую независимость СМИ, а значит ограничивают его свободу.

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ ВЛОЖЕНИЙ НА СВОБОДУ СМИ

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕЗАВИСИМОСТИ СМИ



- ▶ Экономическую независимость, а значит и свободу СМИ, могут ограничивать не только внешние вложения в бюджет, но и собственные доходы.

СЛОЖНОСТЬ И НЕОДНОЗНАЧНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ

**Прибыль СМИ
увеличивается
при увеличении
аудитории.**

**Большая
аудитория
характерна для
массовых СМИ.**

**Снижение
качества
контента СМИ
(«пожелтение»).**

**ЗАВИСИМОСТЬ ОТ АУДИТОРИИ
(КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ)**

Массовые СМИ

Снижают качество контента и цену информационного продукта, что позволяет увеличить аудиторию и доходы.

Качественные СМИ

Обеспечивают качество контента, но могут компенсировать это повышением цены информационного продукта.

ЗАВИСИМОСТЬ ОТ АУДИТОРИИ НА ПРАКТИКЕ

**СМИ для рекламы
выбирают по
экономическим
критериям.**

**Однако могут
сыграть роль
политические и
другие критерии.**

**Для бюджета СМИ
не выгодны
конфликты с
рекламодателями.**

**ЗАВИСИМОСТЬ ОТ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ
(ОСОБЕННО ПОСТОЯННЫХ)**

- ▶ **Холдинг** (англ.) – это объединение нескольких производств в рамках одного предприятия.

**ОБЪЕДИНЕНИЕ СМИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

**Горизонтальная
структура**



**Отдельные предприятия
сохраняют высокую степень
самостоятельности.**

**Вертикальная
структура**



**Предприятия – элементы
единого целого, подчинённые
общему руководству.**

**РАЗНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ –
РАЗНАЯ СТРУКТУРА ХОЛДИНГА**

Преимущества



- Перераспределение доходов СМИ.
- Выпуск сопутствующих товаров и услуг.
- Медиабизнес + другие виды бизнеса.

Недостатки

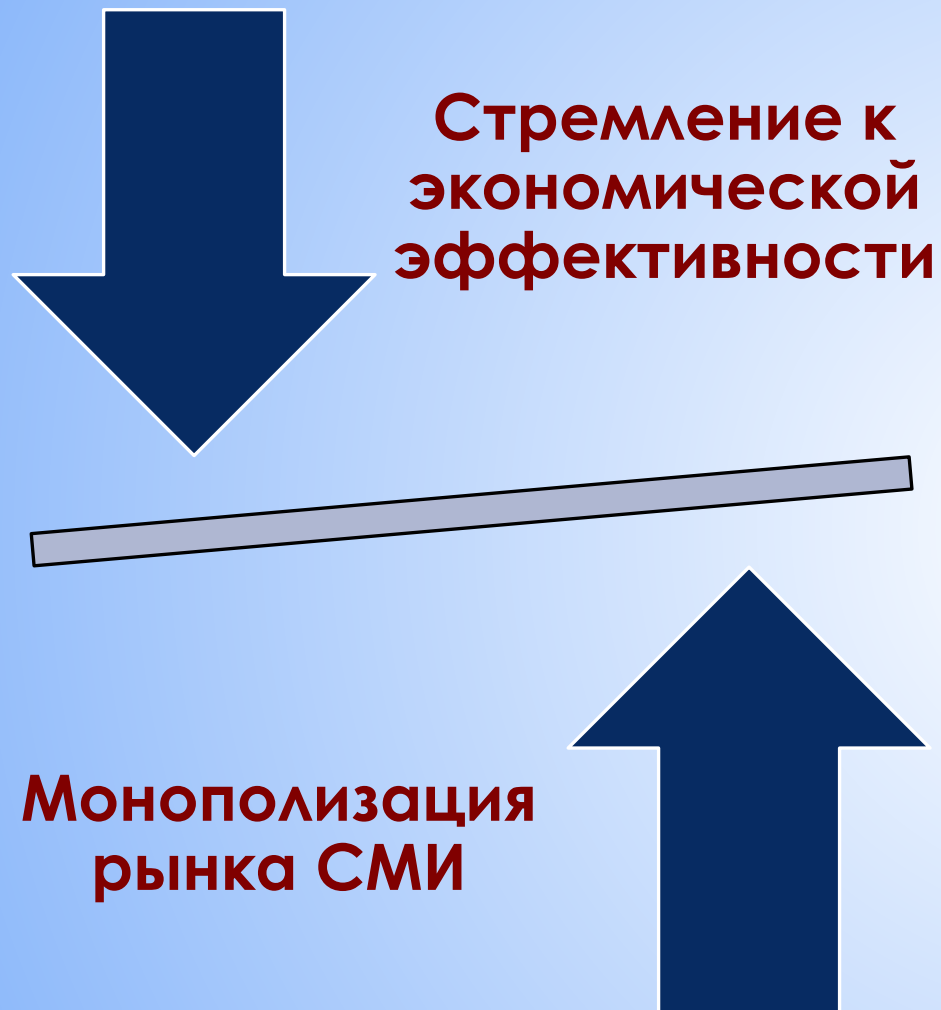


- Позиция холдинга важнее позиции СМИ.
- Бизнес важнее журналистики.
- Монополизация медиарынка.

**ХОЛДИНГИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ:
ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ**

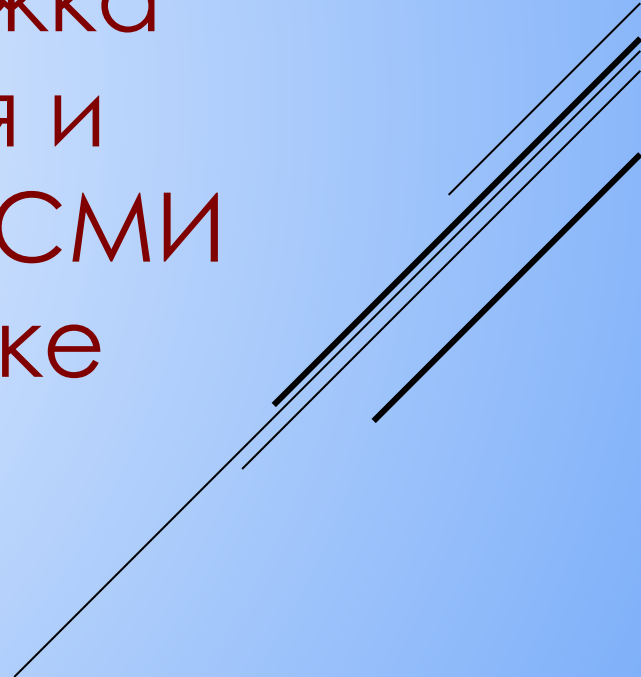
- Холдинги уничтожают или поглощают более мелкие медиапредприятия.
- На рынке доминируют несколько крупных холдингов.
- Подавляется конкуренция, нет необходимого разнообразия СМИ.

**МОНОПОЛИЗАЦИЯ МЕДИАРЫНКА –
УГРОЗА СВОБОДЕ ЖУРНАЛИСТИКИ**



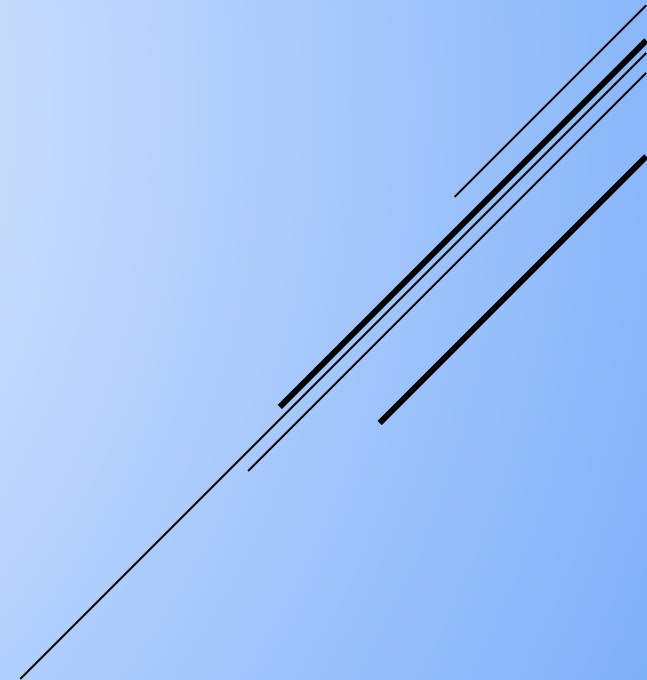
АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Цель: поддержка разнообразия и конкуренции СМИ на медиарынке



Decorative diagonal lines consisting of several parallel black lines extending from the bottom right towards the top right of the slide.

ПРИМЕНЕНИЕ К РОССИИ НАШЕГО ВРЕМЕНИ



- ▶ Избыточное присутствие государства на медиарынке как учредителя и регулятора.
- ▶ Развитый рынок рекламы при недостаточно сильной и устойчивой экономике.
- ▶ Сложность для частных СМИ достигать эффективности без внешней поддержки.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СМИ В РОССИИ