

# 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**

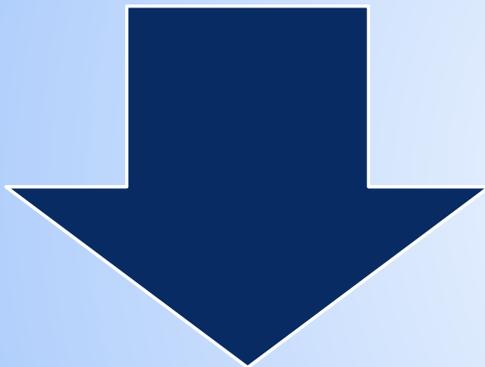
- ▶ Какие субъекты финансово способны заниматься журналистской деятельностью?
- ▶ Как они могут сформировать бюджет своих СМИ?

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СВОБОДЫ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Даёт ответы на  
следующие вопросы

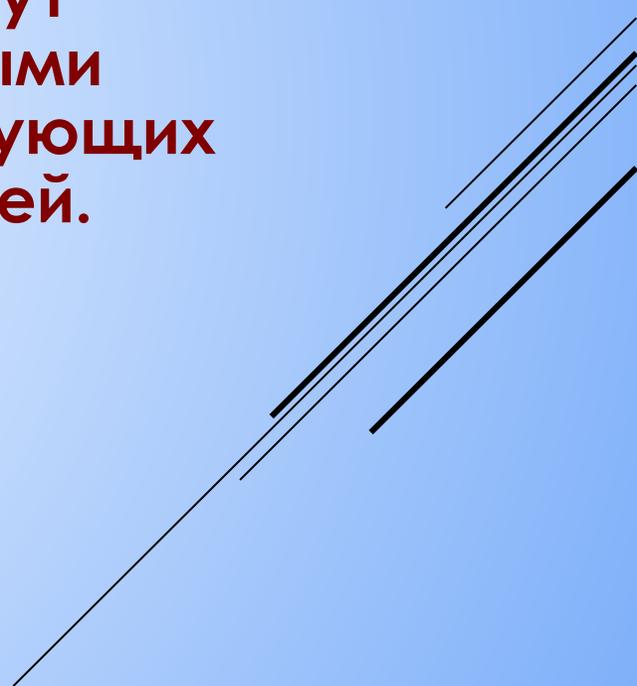


**Правовое закрепление свободы журналистики, безусловно, важно и даже приоритетно...**



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

**ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЙ И  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**



**АВТОРИТАРИЗМ:  
ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЙ  
аспект**

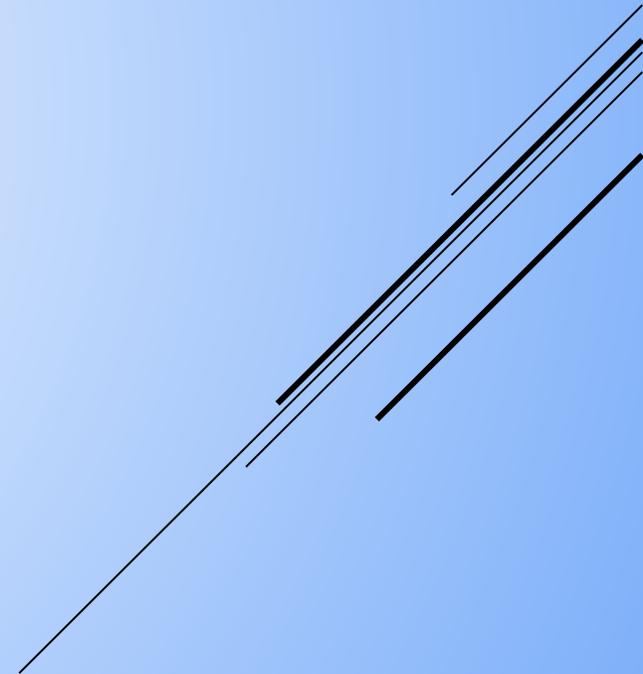
- **Власть помогает решать экономические вопросы близким к ней СМИ.**

**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**



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

**Источники**

**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



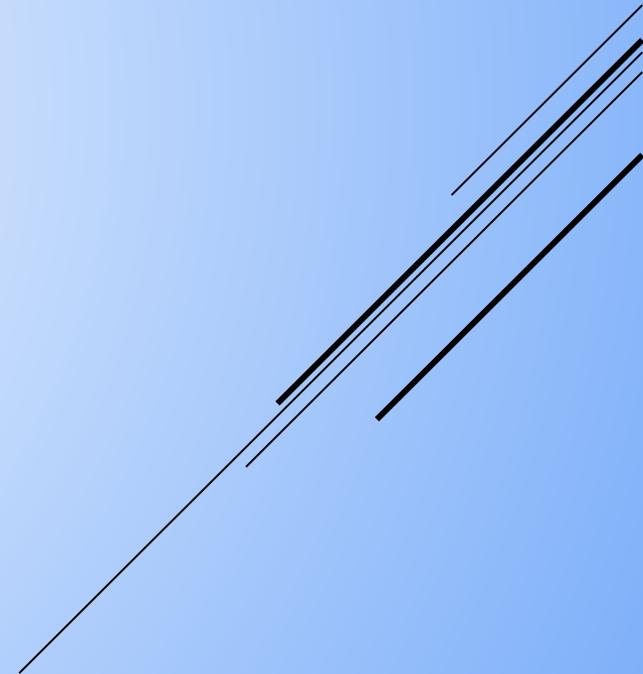
- Частичное.
- Непостоянное.
- В политических интересах.

# 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



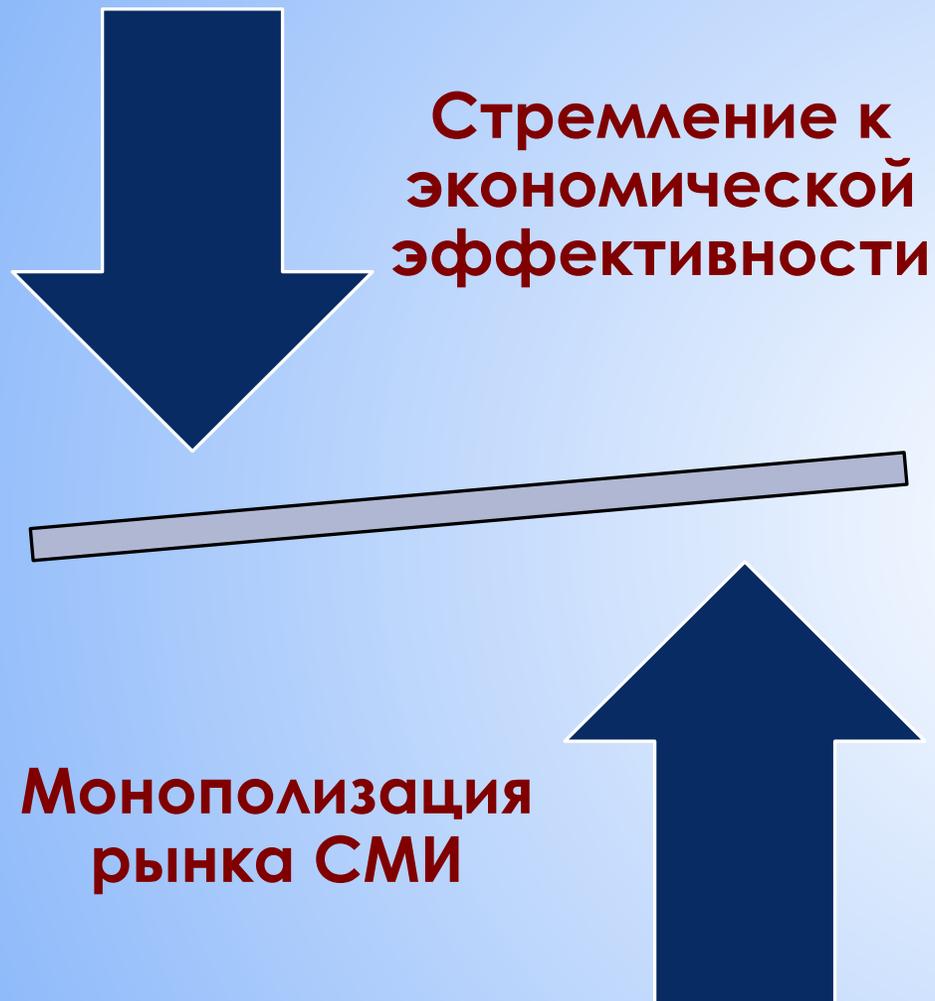
- Позиция холдинга важнее позиции СМИ.
- Бизнес важнее журналистики.
- Монополизация медиарынка.

# 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**

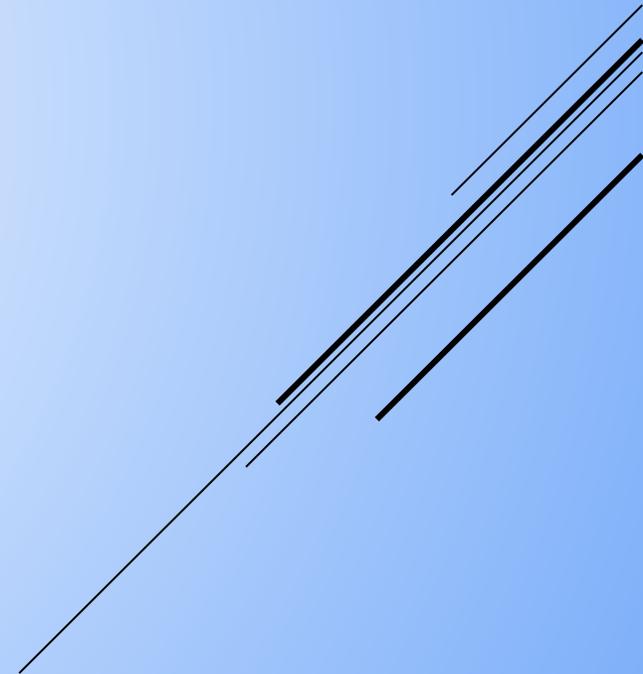




# АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Цель: поддержка разнообразия и конкуренции СМИ на медиарынке

# **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**