

Современная отрасль массмедиа

Основные понятия

- В.Л. Иваницкий. Основы бизнес-моделирования СМИ. М., 2010 г.
- Основы медиабизнеса. Под ред. Е.Л. Вартановой. М., 2009 или 2014 г.

Отрасль массмедиа в информационном обществе

- Информационное общество – стадия развития постиндустриального общества
- **Постиндустриальное общество – что это???**

- Понятие «постиндустриальное общество» было введено Дэниелом Беллом (1919 – 2011 г.) американским социологом, автором концепции ПО

Ключевые положения

1. Периодизация истории обществ основывается не на оценке их классовой структуры, а на основе доминирующих технологий общественного производства

Ключевые положения

2. По типу господствующей технологии общественное производство разделяется на 3 сектора:

Первичный – сельское хозяйство

Вторичный – промышленность

Третичный – **сфера услуг**

Для ПО характерен рост **третичного сектора** по сравнению с первичным и вторичным в структуре валового национального продукта (ВНП)

2000 год

	Вторичный	Третичный
США	2 600 млрд д	5 900
Япония	1 500	2 700
Германия	600	1 500
Франция	320	1 000
Россия	140	210

Черты ПО (ИО)

1. Переориентация экономики от товаропроизводителя к сервису
2. Усиление роли интеллектуальных технологий в технологической и производственной сферах
3. Уменьшение значимости и фундаментальности материальной собственности в системе ценностей – дороже всего ИДЕИ
4. Повышение значимости знания как основы технологической и социально политической структуры общества
5. Ориентация на приоритеты интеллектуализма во всех сферах, включая культурную
6. Возникновение доминанты «университет» (образование, наука) как системоформирующего общественного фактора

- Массмедиа (журналистика, реклама, PR и т.д.) становятся чрезвычайно важны с точки зрения экономики.
- Информационный сервис ив ИО перемещается **в базовый сектор экономики.**

Национальная экономика

– экономика государства, работающая как целостная хозяйственная, социальная, организационная система, обладающая совокупным экономическим потенциалом, включая природно-экологическую, трудовую, производственную, научно-технологическую, информационно-управленческую, финансовую составляющие, функционирующая в условиях государственного управления и регулирования, муниципального самоуправления, рыночных отношений

Валовый внутренний продукт (ВВП)

- Выражающий исчисленную в рыночных ценах совокупную стоимость конечного продукта (продукции, товаров и услуг), созданного в течение года внутри страны с использованием факторов производства, принадлежащей как этой стране, так и другим странам.

Валовый национальный продукт (ВНП)

- Представляющий исчисленную в рыночных ценах стоимость произведенного страной с течение года конечного продукта. В ВНП включается стоимость продукта, созданного как в самой стране, так и за рубежом с использованием факторов производства, принадлежащих стране.

Отрасль экономики

- Совокупность организаций, предприятий, учреждений, на основе однотипных технологий производящих однородные товары и услуги, удовлетворяющие близкие по природе потребности

- **Чистые отрасли** – производящие монопродукт
- **Хозяйственные отрасли** – производством отраслевого продукта занята основная часть организаций отрасли
- **Административные отрасли** – организации относятся к одному министерству или ведомству

Массмедиа (как отрасль)

- Чистая отрасль социально-культурной ориентации, объединяющая ряд предприятий, производящих однородные товары и услуги на основе обработки (переработки) информации, а также использующих однотипные технологии.

Массмедиа (как отрасль)

- СМИ (печатные, аудиовизуальные, интернет, информационные агентства)
- Кинопроизводство
- Музыкальная индустрия
- Телекоммуникации
- Интернет-коммуникации
- Рекламный и PR бизнес

Экономическая организация

- Объединения людей, совместно реализующих ту или иную программу на основе определенных процедур и правил. Базовым, универсальным принципом выделения экономической организации из совокупности других является принцип сопоставления результата и затрат (доходов и расходов)

Три типа ЭО

- Рынок
- Контрактная система
- Внутрифирменная иерархия (фирма)

Признаки «чистого» рынка

- Свобода экономических субъектов
- Свобода выбора деятельности субъектом
- Свободное ценообразование
- Совершенная конкуренция как форма существования экономических субъектов
- Прибыль как основная цель деятельности экономических субъектов

- Предприятия массмедиа не являются чисто рыночными предприятиями, а их совокупность не является классическим рынком массмедиа
- Отрасль массмедиа работает на основе контракта

Характеристики отрасли массмедиа в России

- Отсутствие свободы у экономических субъектов
- Отсутствие свободы выбора вида деятельности
- Ликвидация рыночной (свободной) цены
- Отсутствие конкуренции (полная монополия)
- Иная (не прибыль) основная цель деятельности экономического субъекта

2008 год

- 27 000 зарегистрированных газет –
выходит 13 000
- 20 000 зарегистрированных журналов –
выходит 10 000

300-500 газет работают с прибылью

1 000 журналов работают с прибылью

Выводы о текущем состоянии отрасли массмедиа

- Рынка массмедиа, исходя из классических пониманий, в России не существует
- Вместо этого в РФ возникла общая экономическая среда, называемая национальным рыночным хозяйством, в котором отрасль массмедиа существует де-факто, переживая проблемы идентичности

Выводы о текущем состоянии отрасли массмедиа

- Предприятие массмедиа сегодня функционирует в общей рыночной среде (национальном рыночном хозяйстве), но управляется на основе внутрифирменной иерархии и использует в своей работе контрактную систему для минимизации неопределенностей рыночной среды

Выводы о текущем состоянии отрасли массмедиа

- Выжить в современных условиях предприятие массмедиа может только сознательно подрывая основы свободного рынка, пытаясь через контракт получать легальное право на доступ к инсайдерской информации , к госресурсам и к монопольному положению в том или ином сегменте рынка

Выводы о текущем состоянии отрасли массмедиа

- Совокупность массмедиа в РФ сегодня – сложнейшее отраслевое образование, существующее в общенациональной рыночной среде и требующее от научно-практического сообщества нетривиальных подходов, для того чтобы разобраться в его современной природе и попытаться выстроить парадигму развития на ближайшие годы