НКО И СМИ: ЕСТЬ КОНТАКТ!

ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИЙ НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРА СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

И.В. Жилавская, к.ф.н.

ИЗ ИСТОРИИ ТОМСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

- **1985 г.**
- Областная ежедневная газета «Красное знамя»
- Молодежная газета «Молодой ленинец»
- Газета для детей и подростков «Вместе»
- Государственная телерадиокомпания
- Около 40 многотиражных газет
- Журнал «Политинформация»

ИЗ ИСТОРИИ ТОМСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

- **2010 г.**
- **В Томской области работают около 150 печатных СМИ.**
- По официальным данным, разовый подписной тираж местной прессы составляет 250 экземпляров на 1000 человек.

ИЗ ИСТОРИИ ТОМСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

- Информационные и информационно-развлекательные газеты:
- Ежедневные: «Томский вестник» (20 тыс. экз.), «Красное знамя» (30,5 тыс. экз.), «Вечерний Томск»(24,2 тыс. экз.).
- Еженедельные: «Томские новости», «АиФ в Томске», «Вечерка», «Томская неделя», «Московский комсомолец в Томске», «КП в Томске», «Честное слово», «Все для вас», «Пятница», «Жизнь. Томск» и др.

ИЗ ИСТОРИИ ТОМСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

- По тиражам, охвату аудитории, бесплатные рекламные газеты являются лидерами **томского рынка** печатных **СМИ** : 3 издания **объявленным** тиражом около 500 тыс. экз.
- **Для сравнения:** в Новосибирске выходит всего 1 бесплатная рекламная газета тиражом 250 тыс. экз., в Омске – 2.

ИЗ ИСТОРИИ ТОМСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

- - «Реклама» - 2 раза в неделю общим тиражом 204000 экз., распространение: 93% - бесплатно по жилому сектору, 6% - бесплатно по организациям, 0,4% - продажа в розницу, 0,6% - подписка;
- - «Ва-Банк» - 1 раз в неделю, тираж 100000 экз., распространение: 99% бесплатно, 1% в розницу, доставка по офисам 4300 экз., 95% - в городе, остальное – область;
- - «АукционЪ Онлайн» - 1 раз в неделю, тираж 102000 экз., распространение по офисам Томска и Северска (5,4%), бесплатная доставка по Томску (92%), бесплатная доставка по Северску (2,5%), продажа в розницу через киоски Роспечати (0,1%);

ИЗ ИСТОРИИ ТОМСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

- Сегмент *платных рекламных газет (*«Мой шанс» , «Из рук в руки» , «Курьер» , «Комиссионка»), а также сегмент *специализированных рекламных* газет и журналов: «На здоровье» , «Ваше здоровье» , «Вакансии для всех», «Перспективная работа» , « Томский оптовик» , «Автомобили, запчасти, цены» , «Авторынок» , «Все для дома» , «Все для Вашего дома» , «Авторегион» , « Рынок недвижимости» , «Стройка в Томске» .

- Тиражи этих изданий редко поднимаются выше 3000-5000 тыс. экз., а суммарный (объявленный) тираж не дотягивает до тиража самого малотиражного бесплатного издания.

ИЗ ИСТОРИИ ТОМСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

- Полноцветные рекламные журналы «НегоциантЪ», «Сотня», «Компьютеры и связь», «БИТ»
- *Глянцевые журналы* общего и специального содержания: «Персона», «Хет-Трик», «Бизнес-журнал» , «Серебряный кофе», «Томск Magazine», «Дорогое удовольствоие», «Стильная штучка», «В ожидании чуда», «Самая самая» и др.

ИЗ ИСТОРИИ ТОМСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

- Телепространство Томской области формируют 18 местных, 8 сетевых и 4 федеральных вещателя.
- Для сравнения: в 2002 г. в Томске насчитывалось 15 местных вещателей (из них 6 муниципальных), а еще двумя годами раньше - 11.

ИЗ ИСТОРИИ ТОМСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

- По состоянию на сентябрь 2008 г. из областного центра (г. Томска) на территорию области осуществляли вещание следующие телекомпании:
- - **ГТРК "Томск"** (на канале "Культура", в метровом диапазоне 8 МВ);
- - **ТВ-2** (Ren-TV, 5 МВ);
- - **22-й канал** (ДТВ-Viasat, 22 ДМВ);
- - **Открытое ТВ** (СТС, 6 МВ);
- - **NTSC** (ТНТ, 9 МВ);
- - **Новый век-Томск** (РБК+MTV, 37 ДМБ);
- - **Антен** (Рамблер, 27 ДМВ);
- - **Алиса/Эфир** (ТВЦ; 29 ДМВ);
- - **Наше телевидение - Томск** (ТВ-3, 51 ДМВ).

ИЗ ИСТОРИИ ТОМСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

- В развитии томского радиорынка можно выделить три основных этапа:
- **1991-1996 гг.** – становление и развитие негосударственного вещания;
- **1996-2003 гг.** – появление FM-вещания и приход в Томск общенациональных сетей;
- **2004 г.** – начало экспансии томских радиостанций на соседние радиорынки и создания межрегиональной сети.

ПРОИЗВОДИМ РАСЧЕТЫ

- В структуре доходов печатных изданий средства от продажи рекламы составляют от 39% до 81%. Однако реально реклама (в расчет принимались как рекламные макеты, так и материалы, снабженные значком «на правах рекламы») в большинстве изданий занимает не больше 20-25% площади изданий.
- Доходы от розницы и подписки составляют меньше 45-50% всех доходов.
- Оставшиеся 25-30% средств, недостающих для нормального функционирования, издания черпают из других источников. Чаще всего это бывает так называемая информационная поддержка (скрытая форма рекламы), которая в ряде изданий данного сектора рынка приносит до половины всех доходов.

КАК ПОПАСТЬ В СМИ

- Информационный повод
- Новизна
- Оригинальность
- Общественные мероприятия
- Скандалы

КАК МАНИПУЛИРОВАТЬ ЖУРНАЛИСТОМ

- Образ современного журналиста
- Помощь журналистам в сборе информации
- Конкурсы для журналистов
- Все мы - люди

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ

- Рассылка пресс-релизов
- Утечка информации
- Пресс-конференции
- Презентации
- Посещение мест событий
- Подготовка собственных публикаций

КАКИЕ СМИ ЛУЧШЕ?

- Печатные СМИ
- Электронные СМИ
- Цифровые СМИ
- Мобильная связь
- Сарафанное радио
- Директ-мейл

ДВОРОВЫЕ ГАЗЕТЫ, РАДИО

СМИ КАК ЦЕНТР ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ

- Школьная газета – центр общественной жизни в микрорайоне
- Новые редакционные технологии работы с аудиторией
- Институт омбудсмена, медиакритика

ОМБУДСМЕНЫ

- В последнее время слово «**омбудсмен**» все чаще появляется в отечественных **СМИ**. Однако контекст его употребления настолько различен, что требует специального пояснения, тем более, что институт так называемых ньюс-омбудсменов имеет прямое отношение к журналистике.
- Слово **«омбудсмен»** пришло из шведского языка. Его первоначальное значение — **«человек, следящий за тем, чтобы снег, лед и мусор убирались с улиц, и чтобы дымоходы были прочищены».**
- Первые омбудсмены появились именно в Швеции в 1809 году. Это были лица, назначаемые правительством или парламентом для разбора жалоб на действия государственных учреждений. Швеция стала и одной из первых стран в Европе, которая занялась проблемами саморегулирования прессы, учредив в 1916 году «Шведский совет прессы». Это был способ для прессы проверить то, что называется самодисциплиной. В 1969 году этот Совет прессы назначил своего собственного **омбудсмена**.

НОВЫЕ И СТАРЫЕ ФОРМЫ РАБОТЫ СО СМИ

- Читательские конференции
- Встречи с редакциями
- Организация совместных мероприятий
- Организация газетных акций
- Интернет-конференции
- Интернет-дискуссии
- Опросы и голосования по темам

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!