

**Секция «Журналистика»**

**Рыночные стратегии издателей общенациональных газет Великобритании в 2008-2012 гг.**

*Селиверстова Юлия Сергеевна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
E-mail: seliverstor@mail.ru*

Последствием мирового экономического кризиса стала проблема убыточности и некупаемости, с которой столкнулись большинство общенациональных газет многих стран мира, в том числе и Великобритании. Менеджмент ведущих медиахолдингов приступил к поиску путей ее решения, например, к «переливанию» прибыли, полученной от непрофильных активов, в свои предприятия СМИ.

Большая социальная значимость прессы в обществе определяет актуальность рассмотрения экономических условий функционирования печатной продукции в современном мире, в особенности газет. Великобритания показательна как родина старейших и крупнейших газетно-издательских концернов. Особый интерес представляют пути выхода из кризиса общенациональных газет Великобритании. Любопытно отметить, что издатели вкладывают в медиахолдинги прибыль, полученную от других видов деятельности, таким образом, избегая банкротство и сохраняя общенациональную прессу на бумажном носителе.

К примеру, группа компаний лорда Ротермира «Associated newspapers» совмещает газетное дело с ресторанным бизнесом, владеет акциями ряда коммерческих радиостанций, провинциальных газетно-издательских фирм. Компания является крупным земельным собственником, а также получает доходы от добычи нефти в Северном море. За счет непрофильных активов концерн сумел выйти из кризисного положения.

Актуальность данной работы обусловлена неугасающим интересом со стороны исследователей к шаткому положению как прессы в целом, так и британских газет в частности. В связи с этим важно проанализировать деятельность владельцев СМИ, направленную на достижение устойчивого и безопасного состояния своих медиаконцернов.

Объектом данного исследования являются крупнейшие газетно-издательские концерны Великобритании, а также побочный бизнес их владельцев. Цель работы заключается в выявлении и формулировании способов выхода из кризисной ситуации. Опыт британских магнатов может стать показательным и быть применен для медиаиндустрии в России.

В ходе изучения данного вопроса описывается состояние рынка печатных СМИ Великобритании, систематизируются данные об этом рынке, а также классифицируются стратегии вывода медиакомпаний из кризиса в кратчайшие сроки и с наименьшими потерями.

**Литература**

1. Корконосенко С.Г. Теория и практика средств массовой коммуникации: Учебное пособие. - СПб: СПбГЭТУ: ЛЭТИ, 2009.

2. Официальный сайт Associated newspapers: <http://www.associatednewspapers.com>.
3. Соколов В.С. Журналистика западноевропейских стран: Учебное пособие. - Л.: ЛГУ.
4. Bromhead P. Life in Modern Britain. New edition. - Longman Group UK Limited.
5. McLean A. Profile UK. Heinemann.
6. Sparks C. The Popular Press and Political Democracy // Culture and Power. A Media, Culture and Society Reader / ed. by P.Scannell. London: Thousand Oaks.