

УКД:

Редакционный менеджмент в СМИ

Зорина В.П.

Пензенский Государственный Педагогический Университет им.

В.Г.Белинского, Пенза, Россия, e-mail: zorina.v99@mail.ru

В данной работе рассматриваются основные черты редакционного менеджмента СМИ, его главные задачи и функции.

Ключевые слова: экономика, редакционный менеджмент СМИ, менеджмент СМИ.

Менеджмент в СМИ – это направление, которое занимается организацией и управлением предприятий в системе рыночного хозяйства. Это могут быть, например: модные журналы, новостные порталы и многое другое. Кроме того, это наука, управления отношениями людей в процессе производственной деятельности коллектива СМИ. Каждому изданию, которое производит некий контент для потребления населением, необходимо грамотное управление, в этом и помогает менеджмент. Он позволяет снижать финансовые затраты при закупках оборудования, а также структурировать штат сотрудников и наладить связь с типографиями.

Что же касается редакционного менеджмента в СМИ.

«Лучших результатов добивается не обязательно тот, у кого самая умная голова, а скорее тот, кто лучше всех умеет координировать работу своих умных и талантливых коллег»

Уильям Джонс

Редакционный менеджмент в СМИ – деятельность, напрямую связана с экономическим управлением редакцией или компанией. Его можно рассмотреть, как и специальность, профессию, стоящую в ряд других специальностей работников редакции.

Одной из важнейших целей редакционного менеджмента СМИ является обеспечение существования периодического издания путем формирования и укрепления его экономической и финансовой базы.

Не менее важна и другая цель – восприятие экономического мышления у всех творческих и технических работников, руководителей и исполнителей.

Для достижения данных целей менеджмент ставит перед работниками редакции несколько конкретных задач:

1. Задача оптимизации размеров, состава, и структуры коллектива редакции

2. Оптимизация управления коллективом и организации его работы
3. Оптимизация результатов этой работы – самого издания, его структуры, модели, системы публикации.

Обязанности редакционного менеджмента:

- Оптимизация структуры издательства.

Перегруппировка сотрудников в новые команды, выбор дополнительных начальников, из числа журналистов, чтобы обеспечить многоуровневый контроль качества контента.

- Оптимизация задач

Задачи должны быть грамотно распределены между сотрудниками.

Каждый должен обладать определенным набором полномочий и обязанностей и выполнять собственную задачу, которая пойдет на благо всей компании.

- Оптимизация затрат и увеличения прибыли

Необходимо находить способы экономии, которые в свою очередь не навредят компании.

Таким образом, сделаем вывод, что редакционный менеджмент СМИ представляет собой специфическую разновидность предпринимательской практики. Практика менеджмента и по сей день изучается и является одним из направлений теории управления.

Если же мы обратимся к газетной редакции или телерадиокомпании, то убедимся, что в рыночных условиях в процессе медиа бизнеса менеджмент получает большое значение. Но в редакционном коллективе он приобретает специфические черты, определяемые особенностями журналистского труда,

подготовки и выпуска газеты или другого периодического издания и принципами редакционной деятельности.