**Изследване на непазарното финансиране на медиите в България**

***Преподавател:*** *Д-р Иво Инджов е работил като доцент по журналистика във ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ (2015 – 2023). Бил е репортер и редактор в национални и регионални печатни медии в периода 1992 – 2009 г. Eксперт по политически комуникации. Автор на четири монографии, последната от които: „Медиите в България – от инструментализиране към завлавдяване. Медийната система – от средиземноморски към „завладян либерален“ модел“ (2023).*

**Анотация:** Все по-често наблюдаваме кризи на рекламните пазари, предизвикани от глобални сътресения – финансовата криза от 2007-2008 г., пандемията от COVID-19 от 2020 г. и др. Паралелно с това рекламата мигрира в интернет, където лъвският пай от нея отива в големите социални мрежи и онлайн платформи.

На този фон нараства значението на непазарното финансиране за оцеляване на журналистическите медиите. В България например все по-голяма роля играе институционалното финансиране (субсидии от държавния бюджет за обществените медии; държавна реклама - най-вече по линия на еврофондовете; договори за „медийно обслужване“ с общините; политическа реклама със средства от партийните субсидии). При липса на прозрачност и на публичен контрол върху държавното и общинското финансиране, те могат да са превърнат в средство за инструментилазиране, дори за завладяване на отделни медии или медийни групи.

Същевременнто в световен мащаб си прокарват път по-модерни и по-гъвкави модели на финансиране на медиите. Наред със сравнително новите пазарни форми - дигитални абонаменти и paywall, подкрепа от „бизнес ангели“ и др., се утвърждават и непазарни форми като дарения от читатели, crowdfunding, грантове – от фондации и проектно финансиране, създаване на медии – кооперации, медии – НПО и др.

Специален акцент в рамките на курса ще бъде поставен върху ролята на държавата в България като рекламодател, върху общинското финансиране на медиите и политическата реклама с държавни средства. Студентите ще придобият следните умения:

* да анализират амбивалентното значение на непазарното финансиране за медийната автономия в демократичното общество;
* да събират и анализират данни от публични регистри (основно от регистъра за собствеността и финансирането на медиите, поддържан от Министерството на културата);
* да изготвят „паспорти“ на непазарното финансиране на медиите;
* да извършват журналистическо проучване с цел написване на своеобразни портрети за непазарното финансиране на конкретна медия / медийна група.