
МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ НА 21. ВЕК
21ST CENTURY MEDIA AND COMMUNICATIONS
4/2020

Петранка ФИЛЕВА*

Софийски университет „Св. Климент Охридски“, България

**ФИНАНСИРАНЕ НА МЕДИИТЕ:
МЕЖДУ „БИЗНЕС АНГЕЛИТЕ“ И ПУБЛИЧНИТЕ ФОНДОВЕ**

Petranka FILEVA

Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Bulgaria

**MEDIA FINANCING:
BETWEEN THE BUSINESS ANGELS AND THE PUBLIC FUNDS**

Abstract: Media financing is a topic that relates to both business and society. The media convey values, attitudes and perceptions and have the power to influence the citizens' behavior. At the same time, the media are business entities in a dynamic industry that is currently being intertwined with innovative and fast-growing sectors. As a result, interest in investing in the media and some related sectors is growing. Business angels, together with venture capital and media giants such as Facebook and Google, are causing a transformation of the media industry. Apart of the many examples concerning global media, the appearance of Bulgarian venture capital is mentioned, which could be important for small start-ups in the fast-growing technological sector in Bulgaria.

Keywords: media financing, funding, business angels, venture capital, journalism grants.

Въведение

Финансирането на медиите преминава през всички обичайни фази – от търсенето на капитал за стартиране до публично предлагане и пазарна оценка: от „бизнес ангелите“ до стратегическите инвеститори и кредитиращите институции. Комбинират се дългово с дялово финансиране, финансиране от частни и публични източници, съответно за поддържане и развитие на компанията или за изпълнение на отделни проекти.

За поддържане на ликвидността и за натрупване на материални и нематериални активи помага наличието на разнообразни източници на финансови приходи с помощта на адаптирани към средата бизнес модели. Най-общо моделите на приходи са три: приходи от продажба на медийно съдържание, от продажба на рекламна услуга или от едновременно продажба на съдържание и реклама в двустранно свързани пазари.

Предмет на изследване в тази статия е финансирането на медиите като инвестиция с цел печалба или с идеална цел. Не се разглеждат източниците на приходи като елемент на изборния

* **Петранка Филева** – професор, доктор на социологическите, Софийски университет „Св. Климент Охридски“; pfileva@uni-sofia.bg

бизнес модел, не се търсят източниците на влияние в характерните за медиите така наречени „двустранни пазари“.

Поставя се акцент върху някои по-нови тенденции, които се проявяват в глобален мащаб, но могат да бъдат интересни на предприемчивите хора със свободни капитали, които да извлекат идеи за по-разумно инвестиране в медийния сектор или за стартиране на медийно предприятие. Предлагат се примери за дялово и дългово инвестиране в медии, които очертават някои важни промени в обкръжението на медийните предприятия.

Основните хипотези, по които се търсят примери и доказателства, са:

- При финансирането на медиите все по-често се намесват инвеститори от рискови фондове, целящи постигане на високи печалби за относително кратко време.
- Самите медийни корпорации създават свои финансови структури за диверсифициране на собствените инвестиции, за откриване на иновативни стартиращи компании, нерядко за изграждане на имидж на корпоративно отговорна организация.
- Кредитните институции са все по-склонни да инвестират в предприятия на творческата индустрия, в много от тях се полагат усилия да се натрупват умения за работа с медии.
- Публични и частни фондове подкрепят качествената журналистика и развитието на медиите в конкурентна пазарна среда.

Дялово финансиране на медиите

Дяловото финансиране е важно за развитието на медиите в света. То може да идва от големи медийни корпорации, от стратегически инвеститори, фирми за рисков капитал или „бизнес ангели“. Всички те се интересуват преди всичко от финансовия резултат.

Логично е да се започне с така наречените „бизнес ангели“. За „суперангел“ се приема Рон Конуей, станал известен с навреме дадената подкрепа за медийни компании като *Facebook*, *Buzzfeed* и *Napster*. Като създател и партньор във фондовете на *Angel Investors LP* той е сред ранните инвеститори в *Google*, *Ask Jeeves* и *PayPall*. През 2018 г. той влезе в новините заради намерението си заедно с Юри Милнер, наричан „най-влиятелния руски технологичен инвеститор“, да инвестира 150 000 щатски долара във всяка от 43-те стартиращи компании, влезли в тримесечното обучение *Y Combinator*. Фирмата му *CV Angel* се отказа през 2018 г. от участие в големи фондове и се върна към старата си практика да подкрепя стартиращи компании с относително малки суми от 25 000–100 000 щатски долара и да следи за тяхното развитие (*SV Angel*, 2018).

Сред „бизнес ангелите“ в медийната индустрия се споменава ирландският певец и рисков инвеститор Боно, който е съфинансирал през 2004 г. инвестиционната компания *Elevation Partner*, работеща с фокус върху медии, развлечения и технологични фирми. Друг певец, Джъстин Бийбър, е известен като патрон на медийни рискови фондове с дялове в *Tinychat*, *Stamped*, *Spotify*, *Shots* (O'Brien, 2019).

Добър пример за начално набиране на капитал от частни акционери е бързо растящата *Legendary Entertainment*. През 2000 г. Томас Тъл я създава след успешно набиране на 500 млн. щатски долара (Owczarski, K. 2012). Това е един от първите случаи, когато голяма медийна компания се свързва с частния капитал на Уолстрийт и с инвеститори от рискови фондове, включително *ABRY Partners*, *AIG Direct Investments*, *Bank of America Capital Investors* и др.¹

Важно място сред инвеститорите в медии или в близки до тях технологични сектори заемат рисковите фондове на големите медийни корпорации, често преплетени с „бизнес ангелите“.

Пример за това е изграденният през 2006 г. от германската мултимедийна компания *Bertelsmann* фонд *BDMI*, с управлявани от него над 180 млн. щатски долара. Като използва

¹ През януари 2016 г. китайският конгломерат Уанда Груп обяви, че има споразумение с акционерите си да закупи *Legendary Entertainment* за 3,5 млрд. щатски долара и тази стъпка се разглежда като израз на желание за глобална експанзия.

глобалния обхват на компанията майка, фондът на *Bertelsmann* се развива като корпоративен рисков инвеститор, който предлага на младите компании опит и възможности. Фондът дава не само капитал, но и достъп до глобално разпрострелия се медиен бизнес на *Bertelsmann* (BDMI, 2020). Актуалните програми на фонда са в три сектора: 1. онлайн видео, 2. компании от следващо поколение, които създават уникално съдържание или изпробват нови бизнес модели за изграждане на лоялна аудитория, и 3. Компании, които помагат на издателите да създават, разпространяват и монетаризират медийно съдържание.

Подобен пример намираме при водещата американска медийна корпорация *Comcast*, която е създала своя първи фонд за рисков капитал още през януари 1999 г. – *Comcast Interactive Capital*. През 2011 г. фондът се слива с подобен фонд на новия партньор *NBCUniversal* и образува *Comcast Ventures*. Фондът подкрепя разнообразни медийни компании, например *FanDuel* и *Vox Media*. *Comcast Ventures* споделя ресурсите си като глобален лидер в медийната индустрия с опита си на стратегически инвеститор (*Comcast Ventures*, 2020).

От няколко години подобен фонд има шведската издателска група *Bonnier*, притежаваща 115 компании в 15 страни. През 2013 г. тя се създава като част от групата *Bonnier Growth Media*, сега *Bonnier Ventures*. С мисията на движен от финансов интерес корпоративен инвеститор, *Bonnier Ventures* се ориентира към инвестиции в бързо растящи технологични компании в различен етап на тяхното развитие. Тя работи главно в скандинавските страни, но се интересува от глобална експанзия (*Bonnier Ventures*, 2020).

По-широки инвестиционни интереси има гигантът *Google*. Създадена през 2009 г. като дъщерна финансова компания, сега *Google Venture* е компания за рисков капитал към *Alphabet Inc.*, която инвестира в повече от 300 компании в полето на науката, здравеопазването, роботиката, киберсигурността и много други (*Google Ventures*, 2020).

Сред по-новите фондове е *WMG Boost* на *Warner Music Group*, създаден през 2018 г., който се представя като фонд за начално финансиране на компании, идеи и предприемачи, които да движат еволюцията в музикалната индустрия. Фондът се промотира с това, че дава достъп не само до капитала на корпорацията, но и до стратегически консултации и менторство, „каквито никой друг инвеститор не може да предложи“ (*WMG Boost*, 2020).

Неизкушени от медиите финансисти също проявяват интерес към компании, които произвеждат медийно съдържание и го предлагат предимно в интернет. Джона Перети, изпълнителен директор на *Buzzfeed*, разказва как през 2006 г., когато е търсел инвестиции за своята стартираща компания, думата „медийно съдържание“ е била достатъчна да накара всеки представител на рисковия капитал да избяга. „Тогава никой инвеститор не искаше да чуе да инвестира в нещо, свързано с журналисти или репортери, или други професионалисти, които създават съдържание“, разказва той. Само десет години по-късно ситуацията е друга. След като успешно е събрал преди това в четири кръга на финансиране впечатляващите 46 млн. щатски долара, той надхвърля всички очаквания през август 2014 г. с инжекция от компанията *Andreessen Horowitz* от още 50 млн. щатски долара (*LaFrance*, 2014).

Причината за този повишен интерес е в това, че все повече финансови компании натрупват информация и знания за потенциала на съвременните медии и за властта на потребителите. Те са привлечени от потребителите и от хората, които преди това са ги плашели. Увеличен е броят платформи, върху които потребителите могат по всяко време и навсякъде да консумират съдържание. Увеличено е търсенето на медийно съдържание и към неговото производство се насочват яростно компании като *Netflix* и *Amazon*. Според анализатори има 329 сделки в глобален мащаб между рискови инвеститори и представители на дигиталната медийна индустрия след 2007 г. на обща стойност от 2,6 млрд. щатски долара. През 2014 г. те са 716 млн. щатски долара, сравнено с 277 млн. през 2013 г. (*Forbes*, 2014).

С широко географско и тематично покритие е ситуираният в САЩ *Providence Equity Partners* (USA, UK, China, India, South Africa), който има над 45 млрд. щатски долара съвкупни капиталови ангажименти. Той е сред първите частни инвестиционни фондове, фокусиран върху медии, комуникация, образование и информационни индустрии. Компанията е инвестирала

в повече от 200 компании в глобален мащаб след 1989 г. През декември 2019 г. *Warner Music Group* (WMG) и *Providence Equity Partners* (Providence) обявиха планове да инвестират в нова платформа – *Tempo Music Investments* (Tempo) – за представяне на музикални записи и музикални каталози от най-висока световна класа (Providence Equity, 2020).

В България се наблюдават сходни тенденции, макар че търсенето на влияние върху важните за политическия живот медии създава все още непрозрачна среда с отражение върху инвеститорския интерес. До средата на 2020 г. се очаква фондът на чешкия милиардер Петр Келнер – *PPF*, да придобие телевизионните канали от групата на bTV, след като вече притежава водещата в България телекомуникационна компания Теленор България ЕАД. Заявява се и местен интерес, например с изграждането на богат медиен портфейл от страна на публичното дружество „Инвестор.БГ“ АД. Под корпоративния бранд *Investor Media Group* работят медийната група *Bulgaria ON AIR*, *Bloomberg TV Bulgaria* и голям брой онлайн издания и интернет платформи.

Освен това в България се проявява тенденция за натрупване на свободен капитал, който да се насочи към по-широкия спектър на творческите и високотехнологичните сектори на индустрията, към които съвременните медии принадлежат. Показателно е обединението на инвеститори и предприемачи в асоциациите на „бизнес ангелите“ и на дяловите фондове.

Българската асоциация на „Бизнес ангелите“ подкрепя проекти във фаза на идея или на стартиране. Тя предлага свързване на предприемачите с „бизнес ангелите“. Втора група на „бизнес ангели“, тази на *CEO Angels Investment Club*, е група от висши мениджъри и предприемачи, свързани с България, които инвестират собствени пари в ранен етап на стартиращи технологични компании срещу дялове в тях. Според инициатора на клуба Милен Иванов потенциалните инвеститори са около 300 и идват от технологичните сектори, финансите или здравеопазването (Kozbunarova, A., 2019).

Българската асоциация за дялово и рисково инвестиране (BVCA) е инициатива на български частни инвеститори, фондове за рискови капиталовложения и на предприемаческата общност в страната. Тя е поела инициативата да популяризира ролята на частните инвеститори като надежден и устойчив източник на финансиране за стартиращи, растящи и утвърдени компании.

Показателно е също така, че от пролетта на 2019 г. Министерството на икономиката и Европейският инвестиционен фонд (ЕИФ) стартират InvestBG Equity, програма от ново поколение за дялови инвестиции в България. Тя е първата по рода си програма, съчетаваща рециклирани средства от инициативата JEREMIE и средства, управлявани от ЕИФ, за инвестиции в подкрепа на български компании (Министерство на икономиката, 2019).

В подкрепа на малките и средните предприятия в зрял етап на развитие ще работи и създаденото в края на 2019 г. сдружение „Бългериан Мецанин Партнърс“, което спечели конкурса на държавния Фонд на фондовете за мениджър на мецанин фонд. Сдружението ще управлява 75,3 млн. лева публични средства и се очаква да привлече допълнително частно финансиране от най-малко 28,5 млн. лева.

Дългово финансиране на медии

Заемането на средства може да послужи за преодоляване на слаба ликвидност или за стимулиране на производството, а в резултат да се увеличат финансовите приходи. Опасността и рискът идват от това, че невинаги резултатът позволява да се покриват разходите и да се плащат лихвите.

Големите медийни компании имат достатъчно добър достъп до кредитни инструменти, но в сравнение с други индустриални сектори имат по-ниска кредитна надеждност заради по-големия риск при трудно оценявани нематериални активи. Това прави заемането на финансови средства по-трудно, тъй като кредиторът открива риск в даването на заем на предприятия с ограничени твърди активи. В резултат от това медийните компании трябва да разполагат с достатъчно собствен капитал, за да спечелят доверието на кредиторите.

Заемането на средства и натрупването на дълг не изглежда проблематично за секторите с тенденции за растеж в глобален мащаб. Така например технологичната компания *Netflix* обявява през октомври 2018 г., че има намерение да увеличи с приблизително 2 млрд. щатски долара старши несекюртизиран дълг в две серии, в долари и в евро. Добавя ги към съществуващия през септември 2018 г. дългосрочен дълг от 8,3 млрд. щатски долара. Заемането на средства е предназначено за набавяне на съдържание и се представя като стратегическо използване на дългово финансиране за участие в глобалната медийна верига на снабдяване с медийно съдържание (Stinehour, 2018).

В дълговото финансиране на медиите в света се включват най-мощните финансови институции. Клонът на *J. P. Morgan* за медии и развлечения (*Media and Entertainment*), заявява интерес за дългосрочни отношения с клиенти от различни сегменти – кино, телевизия и музика, реклама и маркетинг, развлечения на живо, показ в кинозалони, дигитални медии и видеоигри (CHASE, J. P. Morgan, Media and Entertainment, 2020).

Банката *Barklays* твърди, че от 30 години поддържа екип, посветен на медиите. Тя предлага заеми срещу договори за разпространение и данъчни кредити. Банката подкрепя сключване на сделки за сливания и прегрупиране, оптимизира оперативния капитал с разнообразни финансови продукти (BARCLAYS Corporate Banking for Media, 2020).

Специализирана във финансиране и консултация за медии и развлекателни индустрии е португалската *Media Capital Group* – с основен фокус да предоставя заеми за поддържане на производствената дейност на заематели от филмовия и телевизионния сектор. Компанията предлага консултантски услуги на банки, частни дялови инвеститори, инвестиционни мениджъри, както и на медийни компании, които се стремят да укрепят бизнеса си. Групата предоставя разнообразни видове кредити, включително за допълващо финансиране (Media Capital Group, 2020).

По-труден до кредити е достъпът за малките компании, ориентирани повече към изпълнение на журналистическите си функции и социалните си отговорности. За тях дълговото финансиране е добър инвестиционен инструмент в два случая: първо, когато компанията се нуждае от средства за маркетингови кампании за успешен проект, базиран на сигурни парични потоци, например от абонамент; и, второ, когато компанията се нуждае от допълващо финансиране на продукт, който е в крайна фаза на подготовка и има осигурена дистрибуция.

В България дълговото финансиране на медии е дискредитирано в значителна степен от натрупалите се конкретни факти и недоказани докрай подозрения за кредитиране от банки с цел изграждане на медиен комфорт за заинтересовани лица от бизнеса или от политическите кръгове. Въпреки това пазарните сили и публичният интерес могат да изведат на преден план нови механизми и нови играчи. Един важен фактор е растящата конвергенция на производителите на медийно съдържание с новите технологични отрасли. Втори още по-важен за България фактор е този, че в рамките на Европейския съюз се предлагат разнообразни финансови инструменти в подкрепа на малките и средните предприятия от сферата на творческите индустрии.

Като пример за фирмите в България може да се даде инициативата „Джереми“ („Съвместни европейски ресурси за малки и средни предприятия“), по която досега са финансирани близо 10 000 български МСП с кредити и капиталови инвестиции в размер на близо 900 млн. евро. Средствата по „Джереми“ (*JEREMIE*) стигат до МСП не чрез администрацията, а чрез финансови посредници – банки, гаранционни фондове, фондове за рискови капитали, които чрез различни финансови инструменти (гаранции, съвместни гаранции и насрещни гаранции, капиталови гаранции, кредити, рисков капитал, съфинансиране за „бизнес ангели“) подпомагат дейността им. Основното предимство на тези кредити е, че се отпускат при облекчени условия за обезпеченията и при по-ниски лихви.

След изчерпването на ресурса по програма „Джереми“ в България се предлага нова генерация продукти, създадени от сътрудничеството между европейски финансови институции и търговски банки. Отличителната им черта е, че вместо традиционните грантови схеми, по

които се канализират евтини пари към кредитополучателите, сега се черпи наличният в банките ресурс чрез разнообразни инструменти за споделяне на риска. Пример за такава схема е *COSME* – една от пилотните инвестиционни програми по така наречения план „Юнкер“ за насърчаване на инвестициите и предприемачеството. По програма *COSME* Европейският инвестиционен фонд (ЕИФ) покрива до 50% от риска чрез специални гаранционни инструменти. Останалото се поема от банката и това на практика е буферът срещу евентуално по-хазартно поведение в раздаването на кредити от страна на банките. Още повече, че те рискуват вече не публичен ресурс на европейските данъкоплатци, а собствен (Михайлова, Г. 2016).

Пример за тази нова форма е подписаното през декември 2016 г. споразумение между Европейския инвестиционен фонд (ЕИФ) и Райфайзенбанк (България) ЕАД по програма *COSME* на Европейската комисия. Благодарение на финансовата подкрепа на Европейската комисия ЕИФ осигурява директна гаранционна линия, с която Райфайзенбанк (България) да предостави кредити в размер на 100 млн. евро. През 2018 г. Европейският инвестиционен фонд (ЕИФ) и Райфайзенбанк (България) ЕАД подписаха ново споразумение за разпределяне на още 150 млн. евро по програма *COSME* на Европейската комисия.

Финансиране с идеална цел

В света днес има растящ брой частни и публични организации и фондове, които подкрепят журналистически и медийни организации или техни проекти за постигане на идеални цели.

Инициативите на *BBC* са насочени към подкрепа на качествената журналистика и за утвърждаване на демократизиращата роля на медиите в света. *BBC Media Action* е създадена през 1999 г. като *BBC World Service Trust*, преименувана през 2011 г. Финансово фондът е независим от *BBC*, не се финансира с таксите на зрителите, а с подкрепа от правителството, от фондации, корпорации и частни лица. Фондът подкрепя усилията на медиите да подобряват управлението, живота и здравето на хората, тяхната социална отговорност. За тази цел произвеждат радио- и телевизионни програми, организират обучения на журналисти, споделят методи на изследвания на аудиторията, препоръчват приемането на кодекси за спазване на етичните стандарти на журналистиката.

Фондацията на *Thomson Reuters* също защитава с всички свои инициативи известните в света принципи на *Reuters* за качествена журналистика. Организират се курсове за журналисти, разнообразни събития, конференции, финансират се конкретни проекти, например Института на Ройтерс за изследване на журналистиката при Оксфордския университет (*Reuters Institute for the Study of Journalism*), Глобалния център за производство на дигиталния новинарски доклад (*Digital News Report*) и др.

Сред големите частни дарители и спонсори на медии остава финансистът филантроп Джордж Сорос. През 1995 г. Сорос създава Фонд за кредитиране развитието на медии – *Media Development Loan Fund (MDLF)*. За разлика от традиционното грантово финансиране, фондът предлага леснодостъпни капитали и опит в управлението на медии. В началото на януари 2013 г. е ребрандиран като Инвестиционен фонд за развитие на медиите (*Media Development Investment Fund (MDIF)*) с нови форми на финансиране и подкрепа на медийния бизнес. Фондът предоставя финансиране при изгодни условия на независими новинарски организации в така наречените новопоявили се пазари или в пазари, близко до конфликтни зони. Подкрепата на фонда получават и медии от наши съседни държави: Сърбия, Република Северна Македония, Косово, Черна гора, Босна и Херцеговина (MDIF, 2020).

Полето на традиционните частни фондации, като тази на Джордж Сорос, се допълва от стъпилите върху новите медийни технологии фондации на Бил и Мелинда Гейтс, мрежата „Омидяр“, фондацията „Джефри Скол“ и др. По-новите тенденции включват експерименти с модел на рисков капитал (*venture capital model*), включително инвестиции със социална значимост и дялово участие в медийни проекти; подкрепа за гражданска журналистика; силен акцент върху медии, които промотират проблеми на публичното здравеопазване, на окол-

ната среда и на образованието. Фондовете работят по-прозрачно в онлайн платформи за кандидатстване и въвличане на онлайн аудиторията в процеса на финансиране. Разчупват се границите между частни донори и правителствени агенции, медийни компании и изпълнители (Nelson, A, 2011).

Интересни и разнообразни са новинарските инициативи на големите технологични платформи. На фона на скандали, обвинения в кражба на интелектуална собственост, страховете от гигантския дял на *Google* и *Facebook* в световния дигитален рекламен пазар тези две компании днес са едни от най-големите дарители на новинарските организации. През март 2018 г. *Google* обяви своята Новинарска инициатива (*Google News Initiative*), насочена към изграждане на силно бъдеще за журналистиката. Една от програмите, Иновационен фонд за дигитални новини (*The Digital News Innovation Fund (DNI Fund)*) е европейска програма, която да помага на журналистиката да влезе в дигиталната ера. За 2018 г. фондът отчита 461 проекта в 29 европейски държави с предоставени общо 94 млн. евро (DNI Fund Report, 2018).

Facebook също насочва пари към журналистически проекти, например 14 млн. щатски долара инвестиция в проект, изпълняван от *City University* в Ню Йорк, предназначен да помогне на новинарските медии да разработят иновативни форми на разказване и да стимулира медийната грамотност (Ingram, M., 2018). През декември 2019 г. *Facebook* започнаха заедно с *Reuters* провеждането на дистанционен курс за идентифициране и справяне с манипулираните медии. Интересна е инициативата им за правна защита на медиите, по която предоставят правна защита на журналисти и на проверяващите факти. През 2019 г. са подкрепили 332 случая на журналисти в 65 държави и имат успешни решения при 70% от случаите (Facebook „Journalism Project“, 2020).

Тази щедрост може да се определи като кризисен пиар след скандали и спорове, разтърсили двата интернет гиганта особено силно през 2018 г. Първата инициатива на *Google* в подкрепа на журналистиката датира от 2015 г., когато започват споровете за неправомерно използване на съдържание на европейски издатели и техните марки, довели все пак през 2018 г. до европейска директива, отчитаща настоящата незадоволителна защита на специфичните права на издателите при онлайн разпространението на периодика в дигиталната среда². Добавя се скандалът с *Cambridge Analytica* от 2018 г., който довежда до драстичен, макар и кратковременен, спад на акциите на *Facebook*.

Освен в този аспект, инициативите на *Google* и *Facebook* съвсем правдоподобно могат да се свържат с очакването им да си осигурят идеи за иновации и да навлязат по-надълбоко в бизнеса с производство на медийно съдържание. Отчита се и фактът, че с многобройните конференции и събития, които *Google* финансира за представителите на бранша, гигантът постига косвения ефект да увеличава мрежите, благосклонни към неговото присъствие в техните пазари.

Финансирането от *Google* стига все пак до журналистически инициативи в цяла Европа. Институтът за изследване на журналистиката на Ройтерс при Оксфордския университет е получил грант в размер 5,2 млн. британски лири за периода 2015–2018 г. Финансират се журналистически проекти на Европейския център за журналистика в Маастрихт и много други. *Facebook* също предприема подобни стъпки, като обявява през ноември 2018 г. схема за стимулиране на локалната журналистика във Великобритания в размер на 4,5 млн. британски лири (Archer, J., 2018).

² Европейската комисия се застъпи за правата на издателите. Съюз на издателите в България. <http://sib.bg/европейската-комисия-се-застъпи-за-пр/>. Всъщност още след политическия дебат за налагане на „данък Гугъл“ върху рекламните приходи на компанията, Гугъл обеща на френската издателска индустрия фонд от 60 млн. евро за дигитално обновяване през 2013, така създаде модела за Дигиталната новинарска инициатива, DNI.

Заклучение

Финансирането на медиите е тема, която засяга както бизнеса, така и обществото. Медиите пренасят ценности, нагласи и възприятия и имат силата да влияят върху поведението на гражданите. В същото време медиите са стопански субект в динамична индустрия, която бързо се преплита с иновативни и бързо растящи сектори. Големият брой примери от света и от България доказва, че интересът към инвестиране в медиите и свързаните с тях сектори нараства. Налице са и примери за комбинация между икономическия интерес от печалба и идеалната цел за качествена журналистика, което изглежда обнадеждаващо.

ЛИТЕРАТУРА // BIBLIOGRAPHY

Министерство на икономиката 2019. Министерството на икономиката и Европейският инвестиционен фонд стартират InvestBG Equity – програма от ново поколение за дялови инвестиции в България. Online Available from: <https://mi.government.bg/bg/news/investbg-equity-the-ministry-of-economy-of-bulgaria-and-the-european-investment-fund-eif-together-3693.html> // **Ministerstvo na ikonomikata, 2019.** Ministerstvoto na ikonomikata i Evropeyskiyat investitsionen fond startirat InvestBG Equity – programa ot novo pokolenie za dyalovi investitsii v Bulgaria. Online Available from: <https://mi.government.bg/bg/news/investbg-equity-the-ministry-of-economy-of-bulgaria-and-the-european-investment-fund-eif-together-3693.html>

Михайлова 2016: Михайлова, Г. COSME, или Новото име на изгодния кредит за малкия бизнес. Капитал, 17 юни. // **Mihaylova 2016:** Mihaylova, G. COSME, ili Novoto ime na izgodnia kredit za malkia biznes. Kapital, 17 yuni.

Филева 2019: Филева, П. Финансиране на културните индустрии. София. // **Fileva 2019:** Fileva, P. Finansirane na kulturnite industrii. Sofia.

Archer, J. Facebook fund £4.5m training scheme to support local journalism in the UK. 19 November 2018. [online][cited 30.12.2018] Available from: <https://www.telegraph.co.uk/technology/2018/11/19/facebook-fund-45m-training-scheme-support-local-journalism-uk/>

BARCLAYS. Corporate Banking for Media. [online] [cited 12.01.2019] Available from: <https://www.barclayscorporate.com/sector-expertise/technology-media-telecoms/media.html>

Bertelsman Digital Media Investments. About Us. [online][cited 12.01.2019] Available from: <http://www.bdmifund.com/about-1/>

Bonnier Ventures. About us. [online] [cited 12.01.2019] Available from: <https://www.bonnierventures.com/>

Chase, J. P. Morgan. Media and Entertainment. [online] [cited 12.01.2019] Available from: <https://commercial.jpmorganchase.com/pages/commercial-banking/industry-expertise/media-and-entertainment>

Comcast Ventures pairs the resources of a global media and technology leader. [online] [cited 22.02.2020] Available from: <https://www.comcastventures.com/>

DNI Fund Report 2018 . [online] [cited 22.02.2020] Available from: <https://newsinitiative.withgoogle.com/dnifund/>

Facebook „Journalism Project“, 2020. [online] [cited 22.02.2020] Available from: <https://www.facebook.com/journalismproject>

Fanta, Al. The Publisher’s Patron: How Google’s News Initiative Is Re-Defining Journalism.

Forbes, E. Venture Capital Investments in the Digital Media Sector. 24 October. [online] [cited 12.01.2019] Available from: <https://www.preqin.com/insights/blogs/venture-capital-investments-in-the-digital-media-sector---october-2014/10144>

Google Ventures. Our story. [online] [cited 12.01.2019] Available from: <https://www.gv.com/>

Ingram, M. The platform patrons: How Facebook and Google became two of the biggest funders of journalism in the world. – Columbia Journalism Review, May 16, 2018. [online] [cited 12.01.2019] Available from: https://www.cjr.org/special_report/google-facebook-journalism.php

Fanta, Al. The Publisher’s Patron: How Google’s News Initiative Is Re-Defining Journalism.

European Journalism Observatory, September 26, 2018. [online] [cited 21.01.2019] Available from: <https://en.ejo.ch/digital-news/the-publishers-patron>

Kozbunarova, A. Interview. The Typical Angel Investor in Bulgaria Puts Around €15K per Deal. Trending Topics. Bulgaria. Online. Available from: <https://www.trendingtopics.at/bulgaria/the-typical-angel-investor-in-bulgaria-puts-around-e15k-per-deal/>

LaFrance, A. Why venture capitalists are suddenly investing in news. March 12, 2014. [online] [cited 12.01.2019] Available from: <https://qz.com/186492/why-venture-capitalists-are-suddenly-investing-in-news/>

Mason, M. News Corp takes pitches to acquire Seven West Media, but debt a concern. [online] [cited 12.01.2019] Available from: <https://www.afr.com/business/media-and-marketing/tv/news-corp-takes-pitches-to-acquire-seven-west-media-20180511-h0zyrj>

Media Capital Group. [online] [cited 12.01.2019] Available from: <http://www.mediacapitalgrp.com/>

Media Development Investment Fund (MDIF, 2020) [online] [cited 22.02.2020] Available from: <https://www.mdif.org/our-work/apply-for-financing/>; <https://www.mdif.org/portfolio/companies/>

Nelson, A. Continental Shift: New Trends in Private U.S. Funding for Media Development. Report to the Center for International Media Assistance. December 1, 2011, p. 5. [online] [cited 15.01.2019] Available from: http://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/02/CIMA-Private_US_Funding_2011%20-%2011-30-11.pdf

O'Brien, P. Venture Capital Firm Investment in Entertainment Companies. December 13, 2018. [online] [cited 22.02.2020] Available from: <https://mediatech.ventures/venture-capital-firm-investment-in-entertainment-companies>

Owczarski, K. Becoming Legendary: Slate Financing and Hollywood Studio Partnership in Contemporary Filmmaking. – Follow the Money: Financing Practices in Contemporary International Cinema 32.2 (2012): 50-59. [online] [cited 12.01.2019] Available from: https://cinema.usc.edu/archivedassets/32_2/6_owczarski.pdf

Providence Equity [online] [cited 22.02.2020] Available from: <http://www.provequity.com/about>

Stinehour, J. Netflix Debt Financing Highlights Importance of Media Supply Chain October 22, 2018. [online] [cited 12.01.2019] Available from: <https://devoncroft.com/2018/10/22/netflix-debt-financing-highlights-importance-of-media-supply-chain/>

SV Angel, Fresh Perspective on Seed Investing. Jun 1, 2018. Available from: <https://medium.com/@svangel/a-fresh-perspective-on-seed-investing-f7ded55a9a2b>

WMG Boost. [online] [cited 12.01.2019] Available from: <http://www.wmgboost.com/>