***Н. П. Коваленко, А. А. Коваленко***

*Санкт-Петербургский государственный университет*

**ТРАДИЦИИ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ**

Концепция менеджмента, направленного на достижение цeлей, применяемая к СМИ, предполагает прежде всего достижение финансовых успехов, а потому может выпускать из виду качество журналистских материалов и их социально-политические эффекты.

Подобная тенденция, оставляя за журналистами определенную свободу в производстве материалов, базируется на основной экономической особенности СМИ – принципе конструирования аудитории для последующего предоставления доступа к ней рекламодателям. Конструирование конечного содержательного продукта возложено именно на плечи топ-менеджерова медиапредприятий. Не политические силы, а потребительский рынок с его пристрастиями и стилем жизни диктует содержательные стратегии медиапредприятий.

Роль медиаменеджеров как конструкторов контента СМИ становится особенно очевидной в условиях цифровой революции. Последняя приводит к резкому увеличению числа медиаканалов, позволяющих прицельно обслуживать целевые аудитории. Роль СМИ сводится не столько к производству контента, который в условиях развитых медиарынков существует и вне традиционных медиаканалов, сколько к его «переупаковке», что превращается в основную функцию медиаменеджеров.

Второй подход к управлению CМИ − это преимущественное выполнение политического заказа, осуществляемое на похожих принципах конструирования содержания. Однако это происходит в условиях более четкого формулирования управленцами CМИ заказа журналистам и ограничения числа конкурирующих источников новостей. Это традиция азиатская и отчасти восточно-европейская, в которой политическая власть сохраняет за сoбой значительную роль в прямом финансировании СМИ. Однако по мере развития либерализации экономики потребность в таких менеджерах, которые стремятся не только выполнить политический заказ, но добиться финансовых успехов, становится все выше. А следовательно, медиаменеджмент CМИ в России будет все больше ориентирован на развитие рыночных навыков управленцев.