**Региональные медиа как стратегический ресурс власти**

*Каким образом функционируют современные региональные СМИ обсудили участники круглого стола «Региональные медиа как стратегический ресурс власти». Дискуссия состоялась 23 ноября в Институте «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ в рамках VI Международной научно-практической конференции «Стратегические коммуникации в бизнесе и политике»*

Ведущая круглого стола, доцент Камилла Нигматуллина обозначила круг вопросов в начале дискуссии. Важной темой стал рынок СМИ: сосуществование и конкуренция в его рамках коммерческих, государственных изданий, а также медиа, созданных гражданами (сообществ в социальных сетях).

Соведущая, постдок из Университета Хельсинки Ольга Довбыш, изучив ситуацию с изменениями в медиаландшафте СМИ Переславля-Залесского и Арзамаса, рассказала о важной роли неформальных медиа. Наравне с местными изданиями они выстраивают повестку дня, а также являются, возможно, более эффективным каналом коммуникации, чем традиционные медиа. По словам профессора ЮФУ Владимира Козлова (Ростов-на-Дону), драматизм современного медийного пространства заключается в появлении новых фронтов. Они заставляют региональные медиа не только задаться вопросом об их специализации, но и подталкивают власти к освоению публичных коммуникаций.

Участники круглого стола также обсудили, можно ли рассматривать московский медиарынок как региональный. Доцент МГУ Сергей Смирнов рассказал об объединенной редакции СМИ «Москва Медиа»: холдинг принадлежит московскому правительству. У данного медиа имеются доходы от рекламы, его контент развивается, но, в конечном счёте, компания убыточна. Однако именно такая модель взаимодействия региональных медиа и властей для большинства руководителей регионов кажется актуальной и приемлемой.

В радиовещании же наблюдается экспансия московских станций в регионы. О том, что переживает региональные радио, рассказала доцент МГУ Людмила Круглова. По её словам, сегодня в Москве вещает 54 радиостанции, в Петербурге – 34, и только восемь из них собственные, остальные – московские. Людмила Круглова заметила, что в регионах ситуация хуже, так как в условиях обозначенной конкуренции локальные радио не живут, а выживают.

Опытом работы региональных медиа в Белоруссии поделился онлайн-участник дискуссии, доцент БГУ Александр Градюшко. Среди основных проблем белорусского регионального медиарынка спикер отметил увеличивающуюся зависимость изданий от власти, когда как аудитория уходит на альтернативные площадки. Александр Градюшко убежден, что государственные издания и сообщества в социальных сетях существуют в параллельных реальностях.

Специалист пресс-службы Правительства Ленинградской области и преподаватель СПбГУ Александра Литвинова обозначила ряд обязательных изменений для традиционных региональных СМИ, которые планируют развиваться. Среди изменений – расширение площадок для работы, а также переход на самостоятельность в финансовом плане.

Олег Черных, генеральный директор портала «ivyborg.ru», с необходимостью поддержания традиционных СМИ не согласился. По его словам, бессмысленно говорить о развитии регионального радио, когда в действительности его нет, «оно умерло». Дискуссант круглого стола, генеральный директор «Комсомольской правды» в Петербурге поддержал коллегу в пессимистических взглядах на развитие региональных медиа.

Дискуссия завершилась обсуждением, что нынешние студенты или недавние выпускники-журналисты могут сделать для оживления регионального сегмента медиаландшафта. Александра Литвинова уверена, что для молодых кадров региональные медиа представляют широкие возможности для развития, так как там проще стать лучше, удивить нестандартными идеями и быть замеченным.