

УДК 070

EDN [RAYFC](#)

DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(3).470-489

Научная статья



Российские локальные СМИ: возможности, проблемы, перспективы

Фролова Т.И.¹✉ , Гатилин А.С.¹ , Касютин В.Л.² 

¹ Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
г. Москва, Российская Федерация

² Союз журналистов России, журнал «Журналистика и медиарынок»,
г. Москва, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Фролова Т.И., t_frolova@bk.ru

Аннотация. Современная турбулентная медиасреда оказывает значительное влияние не только на федеральные медиахолдинги, но и на региональные и муниципальные СМИ. В 2010-е гг. стремительное падение доходов от подписки, рекламы товаров и услуг бизнеса, розничной продажи печатных экземпляров газет поставило большинство районных редакций в полную зависимость от местной и региональной власти. В 2020-е гг. с целью повышения управляемости и снижения издержек региональные руководители все чаще объединяют муниципальные СМИ в медиахолдинги, сокращают штат их сотрудников, зачастую лишая журналистов возможности создавать на регулярной основе авторские материалы, посвященные проблемам и надеждам жителей малых городов и сельских поселений. В статье представлены ответы 29 руководителей и журналистов местных СМИ из 22 регионов России, проведенного авторами с использованием методики и техники SWOT-анализа: сильные и слабые стороны местных СМИ, внешние угрозы и возможности развития. Обработка результатов показала, что наиболее значимыми факторами в деятельности районных газет являются близость к аудитории, доверие граждан к журналистам (при условии сохранения реальной пользы для местного сообщества), зависимость от руководителей органов власти — с одной стороны; с другой — зависимость газет от местных чиновников и возрастающее недоверие к представителям власти, ведущая граждан в паблики и протестные микросообщества в соцсетях и мессенджерах. Данный опрос является начальным этапом нового масштабного исследования региональной журналистики.

Ключевые слова. Районные газеты, опрос журналистов, SWOT-анализ.

Информация о статье. Дата поступления 27 июня 2023 г.; дата поступления после доработки 06 июля 2023 г.; дата принятия к печати 10 июля 2023 г.; дата онлайн-размещения 30 сентября 2023 г.

Original article

Russian Local Media: Opportunities, Problems, Prospects

Tatiana I. Frolova¹ , Alexander S. Gatilin¹ , Vladimir L. Kasyutin² 

¹ Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

² Union of Journalists of Russia, Magazine “Journalism and the Media Market”, Moscow, Russian Federation

Corresponding author: Tatiana I. Frolova, t_frolova@bk.ru

Abstract. The modern turbulent media environment has a significant impact not only on federal media holdings, but also on regional and municipal media. In the 2010s, the rapid decline in revenues from subscriptions, advertising, retail sales of printed copies of newspapers made most municipal editorial offices completely dependent on local and regional authorities. In the 2020s, in order to improve manageability and reduce costs, regional leaders are increasingly merging municipal media into media holdings, reducing their staff, often depriving journalists of the opportunity to regularly create original materials dedicated to the problems and hopes of residents of small towns and rural settlements. The article presents the answers of 29 leaders and journalists of local media from 22 regions of Russia, conducted by the authors using the methods and techniques of SWOT analysis: strengths and weaknesses of local media, external threats and development opportunities. The results showed that the most significant factors in the activities of regional newspapers are proximity (closeness) to the audience, citizens' trust in journalists (providing real benefits for the local community). Dependence on the authorities and the growing distrust of government officials lead dissatisfied citizens to social media and micro-communities in messengers. This survey is the beginning of a new large-scale study of local journalism.

Keywords. Regional newspapers, survey of journalists, SWOT-analysis.

Article info. Received June 27, 2023; revised July 079, 2023; accepted July 10, 2023; available online September 30, 2023.

Введение

Граждане теряют интерес к местной прессе: актуальные новости можно прочитать в пабликах в социальных сетях, там же можно заявить о своих проблемах и пожаловаться на нерадивых чиновников. Активно развивающиеся и во многих регионах эффективно действующие ЦУР (Центры управления регионами)¹ способствуют решению

отдельных проблем жителей. Местные власти все чаще замыкают информационный обмен с населением на собственные официальные сайты и аккаунты в социальных сетях, зачастую переманивая сотрудников редакций в свои пресс-службы.

Пандемия, СВО фактически свели дискуссии о судьбе муниципальных газет к одной модели: в трудные времена нужно доносить до населения информацию о деятельности власти и консолидировать общество вокруг инициатив чиновников разных

¹ Центры управления регионами // Диалог. Цифровые коммуникации. URL: <https://dialog.info/projects/region-management-center/>.

уровней. Подобные тенденции могут рассматриваться как чрезвычайные меры, однако представляется, что в долгосрочной перспективе одноправленная модель коммуникации не жизнеспособна.

Исходя из изложенных обстоятельств, мы видим актуальную научную проблему в поиске перспективных моделей редакционной политики местных СМИ. Целью проведенного исследования стало выявление наиболее значимых аспектов и проблем функционирования локальных российских СМИ и — в ближайшей перспективе — разработка возможных направлений оптимизации их функционирования. Для этого мы предоставили возможность осмыслить текущее состояние и перспективы развития редакций муниципальных СМИ руководителям и журналистам районных газет.

К исследовательским вопросам, на которые мы ищем ответы вместе с опытными практиками, относим следующие: нужны ли традиционные СМИ в век социальных платформ; что остается делать журналистам местных СМИ; куда, в случае закрытия местных СМИ, будут обращаться граждане, не нашедшие поддержки у чиновников; как потенциальное закрытие или существенное сокращение штата редакций местных СМИ отразится на общественных настроениях?

Настоящая статья — разметка потенциальных ориентиров для развития местных СМИ и попытка ответить на вопрос, зачем нужно сохранять редакции муниципальных газет. Не претендуя на исчерпывающую полноту анализа, авторы приглашают к дискуссии о судьбе местных СМИ заинтересованных

медиаисследователей, руководителей и сотрудников муниципальных газет, а также представителей органов власти всех уровней.

Обзор литературы

Обращение к теоретическим источникам по обозначенному во введении вектору требует учета научных публикаций разного уровня, времени и потенциалов. Не обойтись без указания на исследования достаточно отдаленного исторического периода, не утратившего при этом значимости ряда фундаментальных положений — речь о Таганрогском проекте (1967–1974 гг.) под руководством Б.А. Грушина [1], а также об исследовании муниципальных газет Киргизии (1988–1989 гг.), проведенном Л.Г. Свитич [2]. В первом указывается на необходимость соотношения редакционной политики СМИ с реальными нуждами, потребностями, проблемами и надеждами граждан; во втором декларировано вовлечение широких масс в процессы «перестройки» с целью сделать их «соучастниками революционных преобразований общества» [2, с. 90].

Развитие этих идей находим в материалах более позднего исследования факультета журналистики МГУ (2010 г.), участники которого настаивали на необходимости связи редакционной политики с «локальной общностью и насущными заботами ее жителей» [3, с. 38]. В этом исследовании выявлен интересный факт: 12 % руководителей газет средних городов уверены, что журналисты должны помогать гражданам, а среди журналистов 64 % согласны с этим утверждением. При этом лишь 13 % журналистов считают СМИ помощниками власти, среди

руководителей согласных с этим утверждением 36 % [3, с. 45–46].

Осмыслению деглобализации коммуникационных процессов, трансформации российской медиасистемы в эпоху неопределенности посвящены труды теоретиков московской школы медиаисследований [4]. Наряду с девестернизацией, усилением роли государства в регулировании медиапроцессов, фрагментацией аудитории вследствие изменения практик медиапотребления ученые указывают на возрастающую роль неинституционализированных медиа (блогеров, пабликов в социальных сетях, каналов в мессенджерах), которые «зачастую заменяют классические СМИ в выполнении важнейших социальных функций» [5, с. 24].

Из крупных исследований последнего времени также следует выделить проект коллектива сотрудников Пермского государственного национального исследовательского университета под руководством Л.Л. Черепановой «Локальный медиадискурс: перспективы оптимизации информационно-коммуникативных процессов» (2016–2017 гг.), результатом которого стало обоснованное утверждение о том, что местные СМИ сохраняют центральную роль в локальном информационном обмене [6, с. 4].

Помимо указанных выше системных исследований работы редакций печатных СМИ малых и средних городов в 2019–2021 гг., под руководством Т.И. Фроловой был осуществлен анализ 126 социальных проектов 65 СМИ из 36 регионов России, разработана теоретическая модель реализации социальных инициатив СМИ [7–9]. Для полноты обзора следует также указать на работы И.Д. Фомичевой, В.В. Тулу-

пова, М.А. Бережной, А.И. Верховской, Н.В. Хлебниковой, Р.Г. Иванян, Р.А. Лобашова, А.В. Чернова, Ю.М. Ершова, А.В. Вырковского и М.И. Макеенко [10–19], посвященные практике региональных СМИ различных типов. Их дополняют отдельные статьи [20–28], имеющие выраженный локализованный смысл. Они важны, однако на серьезные обобщения не претендуют.

Таким образом, мы можем констатировать потребность в новом масштабном исследовании региональных СМИ и в особенности местной прессы, которые переживают трудные времена в стремительно меняющемся информационно-коммуникационном пространстве, с завидной скоростью формирующем актуальные вызовы для журналистики и общества. Кардинальные изменения в медиаповедении и информационных потребностях новых поколений, несомненно, принадлежат к числу наиболее острых из них. Не оставим без внимания мнение авторитетного практика и теоретика, генерального директора ИД «Алтапресс» и члена правления Альянса независимых региональных издателей (АНРИ) Ю.П. Пургина: «Снижение тиражей происходит на фоне роста суммарной аудитории наиболее успешных региональных и местных редакций» [29, с. 38] в связи с высоким качеством информации на сайтах местных СМИ, активной работой журналистов по формированию вокруг редакций местных сообществ и налаживанию сотрудничества с уже созданными сообществами, чтобы стать центрами их коммуникаций.

В контексте обозначенных проблем трудно обойти вниманием От-

раслевые доклады Минцифры РФ. В последнем опубликованном докладе о состоянии российской печатной прессы в 2020 г. эксперты указывают на необходимость «издателям печатной прессы в кратчайшие сроки завершить строительство «новой экономики», базирующейся на объединении возможностей «печати» и «цифры»; расширить и омолодить аудиторию; повысить уровень информационной и рекламной привлекательности газет и журналов; организовать дистрибуцию контента в офлайне и онлайн» [29, с. 7]. После снятия карантинных ограничений «реклама крайне плохо возвращается в печатные СМИ», что, в том числе, связано с тем, что молодые маркетологи не читают газет и не видят эффективности в размещении в печатных СМИ рекламы. Значимым трендом в редакционной политике местных СМИ стало смещение акцентов с парадигмы *Digital first* в сторону *Mobile first*, когда приоритет отдается мобильной версии издания [29, с. 40–41]. Общий драматизм ситуации может быть проиллюстрирован снижением, по оценке СППИ ГИПП, доходов от подписки и розницы в России за 2014–2020 гг. на 50 % [29, с. 64]. На помощь местным СМИ в период пандемии пришло государство, однако многие редакции были вынуждены сокращать сотрудников и фонды оплаты труда [29, с. 40]. Наиболее болезненными эти процессы стали для местных газет.

Далее мы представим начальные результаты задуманного нами исследования, обозначив в качестве стартовых позиций результаты проведенного опроса журналистов региональных СМИ. Подобный источник, по нашему мнению, чрезвычайно

важен своей близостью к объекту нашего интереса и безусловной достоверностью.

Методология

Авторы основываются на теоретических разработках московской и петербургской научных школ медиаисследований, используют системно-функциональный подход, теории публичной сферы и партиципаторной демократии, институциональные аспекты нормативных теорий медиа. Рамочными для исследования являются концепции социальной журналистики и партиципаторный подход. Конкретная методика — онлайн-анкетирование с последующей систематизацией ответов по принципу SWOT-анализа.

В статье представлены ответы 29 руководителей и журналистов местных СМИ из 22 регионов России о сильных и слабых сторонах редакций местных СМИ, о внешних угрозах и возможностях развития. Отбор респондентов происходил в рамках журналистских сообществ, сформировавшихся вокруг журнала «Журналистика и медиарынок» и Всероссийского конкурса для журналистов «Семья и будущее России». Ограничения сформированной базы ответов связаны с тем, что в опросе участвовали наиболее активные руководители и журналисты местных СМИ, которые постоянно взаимодействуют как с читателями, так и с представителями органов власти и некоммерческих организаций. Представляется, что для целей определения перспектив развития местных СМИ опыт успешных редакций в большей степени информативен, что не исключает необходимости учитывать объективные обстоятель-

ства, ограничивающие развитие местных редакций.

Среди респондентов (на момент заполнения анкет) 14 главных редакторов, 7 заместителей главных редакторов, шеф-редакторов и редакторов отделов, 6 корреспондентов и 2 экс-сотрудника муниципальных газет. Респонденты представляют СМИ следующих субъектов РФ (области и республики): Астраханская, Белгородская, Брянская, Владимирская, Вологодская, Воронежская, Ивановская, Калининградская, Кемеровская, Липецкая, Нижегородская, Новгородская, Новосибирская, Оренбургская, Ростовская, Смоленская, Тамбовская, Тюменская, Республика Башкортостан, Республика Карелия, Республика Мордовия, ХМАО-Югра. Не представлены СМИ дальневосточного региона, что связано с большей изолированностью журналистов Дальнего Востока и неактивным участием в корпоративных мероприятиях, направленных на обмен опытом; не представлены СМИ северокавказских республик, что также связано с некоторой изолированностью и особыми условиями функционирования медиасистем этих регионов РФ.

Единицей счета стали отдельные самостоятельные суждения, имеющие смысловую завершенность. На каждый из четырех вопросов было получено 29 ответов. Таким образом, общее количество суждений — 116. Представленные в статье диаграммы отражают число ответов на каждый конкретный вопрос.

Респондентам было предложено ответить на четыре классических вопроса SWOT-анализа: сильные стороны (внутренний фактор) редакций муниципальных газет в ин-

ституциональном аспекте; слабые стороны (внутренний фактор); возможности (факторы внешней среды); угрозы (факторы внешней среды).

Основные результаты

Представляя материалы исследования, мы приняли решение не ограничиваться презентацией количественных данных, но и обратиться к «живым» людям и ответам: краткие выдержки дают возможность показать остроту и многообразие реального бытия глубинной журналистики, отчасти и жизнь российских регионов.

Сильные стороны местных СМИ

В ходе анализа мы группировали полученные ответы, выделяя наиболее значимые повторяющиеся признаки. На рис. 1 представлено распределение ответов по основным видам вопросов.

Близость к аудитории — 24 ответа.

Выделяя близость к аудитории как наиболее значимую характеристику редакций местных СМИ, журналисты (преимущественно это руководители местных СМИ) указывают на целый ряд его благоприятных последствий для местного сообщества, в силу чего эту информацию мы подвергли дополнительной фрагментации.

Летопись истории:

– большинство сотрудников — местные жители, отлично понимающие свой населенный пункт. Это журналисты, которые не просто знают, а «чувствуют» повестку дня (*Ю.А. Новикова, «Притамбовье»*);

– газета обращает внимание власти на «местечковые» вопросы и является связующим звеном между



Рис. 1. Сильные стороны редакций местных СМИ
Pic. 1. Strengths of Local Media Editorial Staff

властью и народом (О.И. Фомич, «Прихоперье»);

– из тем, которые больше всего интересуют, — на первом месте именно жизнь сельчан (И.В. Белова, «Сельская новь»);

– районные газеты десятилетиями ведут своеобразную летопись истории на местах (М.В. Неклюдова, «Тотемские вести»).

Консолидация районного сообщества:

– воспитание патриотов на примерах конкретных людей-земляков, воспитание законопослушных граждан, а также чувства прекрасного на примерах творчества земляков (Э.Н. Розман, «Жердевские вести»);

– читатель написал в редакцию, что «только благодаря “Авангарду” стал представлять район как нечто целое» (Е.Б. Цветкова, «Авангард»).

Реализация социальных проектов:

– мы единственная газета в области, которая на фоне СВО открыла рубрику «Образ будущего» и

предоставила площадку для федеральных спикеров (Н.В. Горяйнова, «Первый номер»);

– газета (теперь вкупе со своей группой в соцсетях) может быть отличным организатором. Например, мы реализовывали проект «Медики района» — это была ненавязчивая пропаганда медицинских профессий в условиях нехватки кадров в сельской медицине через очерки и зарисовки о фельдшерах, медсестрах, врачах (И.В. Белова, «Сельская новь»).

Доступность:

– газета разбирается практически полностью в день выхода (Н.В. Горяйнова, «Первый номер»);

– относительно приемлемая цена (Т.Н. Санькова, «Приосколье»);

– интернет есть далеко не везде, и узнавать новости во многих деревнях люди по-прежнему могут только из газеты (И.В. Белова, «Сельская новь»);

– самый доступный вид получения информации (И.А. Смирнова, «Селивановский вестник»).

Представители власти все чаще рассматривают муниципальные издания как ретрансляторов властной повестки, не принимая во внимание стремления жителей привлечь журналистов к решению каждодневных проблем, с которыми граждане сталкиваются. Забота о земляках, оказавшихся в сложной жизненной ситуации, сохранение локальной идентичности, совместный с властью и жителями поиск решений актуальных для местного сообщества социальных проблем — все это возможно благодаря близости журналистов к аудитории.

Проверенная и полезная информация — 8 ответов:

– формирование объективной картины времени (газеты хранятся в архиве; их не переписать и не переправить) (*П.И. Кузеева, «Оренбуржье»*);

– газета публикует только проверенную информацию, не фейки. Журналисты информацию фильтруют, отбирают важную для человека (*И.В. Белова, «Сельская новь»*);

– как правило, муниципальные СМИ представляют официальное мнение и точку зрения органов власти (*О.В. Шуман, «Аргументы и Факты Югра»*);

– сглаживание острых углов (*Н.А. Ефремова, «Пудожский вестник»*);

– считаю районки наиболее честными в деле информирования людей (*А.А. Петрова, региональная газета «Газета ВОЛГА», до этого — заместитель редактора районной газеты*);

– авторитет как среди жителей, так и в среде руководителей и власти. Мы проверяем информацию, это ценят и те, и другие (*Е.Б. Цветкова, «Авангард»*).

Роль журналистов местных СМИ, представляющих проверенную, достоверную информацию (в первую очередь, о событиях местного значения) трудно переоценить. Достоверная информация не может исчерпываться официальными пресс-релизами. Граждане своими глазами видят как позитивные, так и негативные тенденции развития местного сообщества, что накладывает на журналистов особую ответственность, в том числе за замалчивание проблемных ситуаций.

Профессионализм журналистов — 3 ответа:

– большой практический опыт работы с аудиторией, доверие читателей, качественный журналистский контент, традиции журналистики и культура слова (*Б.А. Севостьянова, «Шахтинские известия»*);

– профессиональность коллектива, знающего, как работать с информацией, узнаваемый бренд, доверие читателей (*Ю.А. Черенкова, «Маяк»*).

Доверие читателей, которое основывается на многолетнем взаимодействии граждан с сотрудниками редакций, чрезвычайно важно; вместе с тем, доверие старшего поколения нужно сохранять, представляя актуальные для них материалы, а доверие молодежи предстоит завоевывать — в том числе используя современные каналы коммуникации.

Лояльность власти — 2 ответа:

– показывают работу муниципальной власти. Людям важно чувствовать (особенно сейчас), что они не брошены один на один со своими проблемами (*Е.Б. Цветкова, «Авангард»*);

– в муниципальных газетах, как правило, остаются работать со-

трудники (журналисты), лояльно или хотя бы не откровенно враждебно настроенные к государственной власти (Т.В. Лагутина, «Бумеранг-Партнер»).

В отличие от анонимных пабликов в соцсетях и телеграм-каналов, журналисты местных СМИ не критикуют чиновников только ради привлечения внимания аудитории. Подобная ситуация прямой зависимости от учредителя потенциально дает возможность журналистам получать и распространять достоверную и детальную информацию о работе органов власти.

Слабые стороны редакций местных СМИ

Слабые стороны в деятельности местных СМИ также имеются: они показаны на рис. 2.

Зависимость от власти — 12 ответов:

– журналисты боятся испортить отношения с властью имущими, так как

в любом случае финансово или репутационно зависят от власти (Е.Н. Николаева, журнал «РуссаГРАД»);

– нет возможности представлять различные мнения на то или иное событие, а лишь только официальная точка зрения (О.В. Шуман, «Аргументы и Факты Югра»);

– форма собственности МАУ не позволяет нам зарабатывать на участии в грантовых проектах. Наши учредители — область и муниципалитет. Работаем по их заданиям. Благо, в последние годы округ действительно развивается, причем хорошими темпами. Слава Богу, врать не приходится. Но и поднимать какие-то серьезные проблемы в газете не позволяют (Т.В. Журавлёва, «Уренские вести»);

– тотальная зависимость от учредителей, которую ощущают редакторы, боящиеся потерять место (П.И. Кузаева, «Оренбургье»);

– не давая возможности местным СМИ поднять хоть какую-то дискуссии

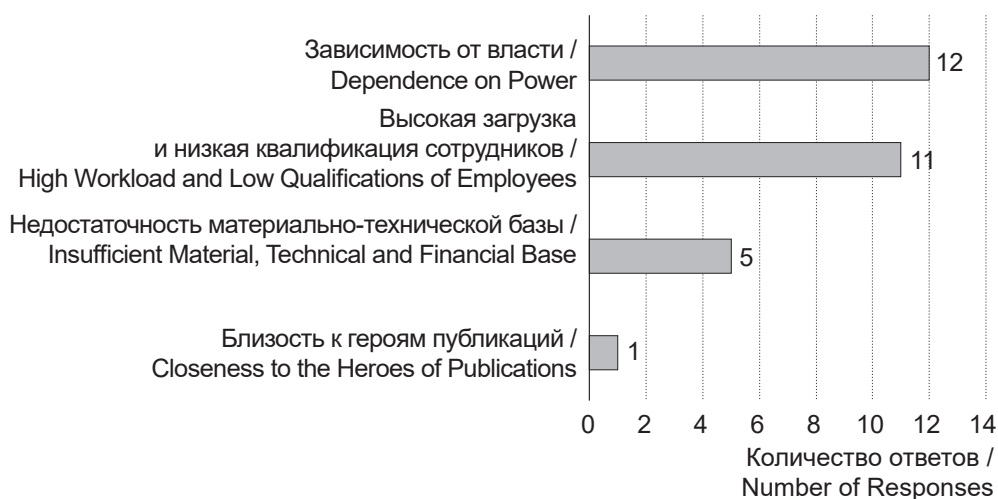


Рис. 2. Слабые стороны редакций местных СМИ

Pic. 2. Weaknesses of Local Media Editorial Offices

онную тему, местная власть дискредитирует себя больше, чем если бы на страницах газет прозвучала критика. Пресс-служба администрации города берет на себя функционал местного агентства новостей (*Н.В. Горяйнова, «Первый номер»*).

Проблема не только в нежелании чиновников видеть на страницах районных газет проблемные материалы, но и в непонимании целесообразности сохранения местных СМИ, необходимости выделения им финансовых ресурсов — проще и дешевле информировать граждан напрямую, используя официальные сайты государственных органов власти и страницы глав районов в социальных сетях. Поводок, на котором местные чиновники держат руководителей местных СМИ, становится все короче².

Высокая загрузка и низкая квалификация сотрудников — 11 ответов:

– в редакции дефицит компетентных кадров. Невысокая зарплата. Отсутствие необходимых навыков для съемки роликов, монтажа, верстки современной. Нет опыта в продвижении рекламы (*Н.А. Ефремова «Пудожский вестник»*);

– большая загруженность специалистов, непрофессионализм специалистов, старение коллективов, нежелание освещать проблемные вопросы и добиваться их решения (*Ю.А. Черенкова, «Маяк»*);

– редакция обладает ресурсами для создания лишь своего «электронного зеркала» — просто

размещает дизайн-макет в интернете (*О.О. Рождественская, «Ковровская неделя»*);

– небольшой штат, нехватка времени на большие полноценные аналитические материалы, низкие зарплаты (*Т.Н. Санькова, «Приосколье»*).

Основная причина нехватки кадров и их невысокой квалификации — низкий уровень доходов редакций и, как следствие, неконкурентоспособные зарплаты журналистов. Многие сотрудники редакций не имеют профильного журналистского образования и приходят в профессию из школ, государственных учреждений социальной защиты.

Недостаточность материально-технической и финансовой базы — 5 ответов:

– недостаточное финансирование, плохая материально-техническая база, кадровые проблемы (*М.В. Неклюдова, «Тотемские вести»*);

– недостаточное финансирование. Отсюда все другие проблемы: плохая техника, низкие зарплаты, выходим в черно-белом цвете (*Е.Б. Цветкова, «Авангард»*).

Новое поколение молодых управленцев на местах все более утверждает в непонимании необходимости сохранения финансирования районов в эпоху социальных сетей. Сокращение дотаций, субсидий, государственных контрактов, грантов и других форм поддержки стало привычным явлением для тысяч редакций. С каждым годом местным СМИ становится все сложнее конкурировать с развлекающими и информирующими жителей малых городов и сельских поселений федеральными медиахолдингами и социальными платформами.

² Открытое письмо президенту России. URL: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeqHiHiWMQ7_e6Z-P9nH_f3RtTDuQfTN8JCo7yvjkhfEnuTQKw/viewform?usp=sf_link.

Близость к героям публикаций — 1 ответ:

– небольшой район, в котором все друг друга знают. Как написать проблемный материал, чтобы не обидеть? (*М.А. Рехлинг, «Тогучинская газета»*).

Близость к аудитории может быть не только конкурентным преимуществом, но и серьезной проблемой в работе журналиста. Многие журналисты в ходе корпоративных конференций соглашались с указанным ограничением, но указывают на возможность соблюдения баланса между интересами аудитории и конкретного героя публикации.

Возможности для развития местных СМИ

На рис. 3 отражены перспективные направления в развитии местных СМИ.

Близость к читателям — 16 ответов:

– географический охват района, отсутствие конкуренции (*М.В. Нeklюдова, «Тотемские вести»*);

– статья в газете о ком-то воспринимается как награда (*Е.Б. Цветкова, «Авангард»*);

– подача информации местного значения, близкой местному населению (*С.С. Герне, «Верный путь»*);

– районная газета была и остается для определенного круга населения единственным источником информации (*С.А. Морозов, «Наша жизнь»*);

– привлечение широкого круга информаторов и местных экспертов, непосредственная связь с читателями, возможность быстрого реагирования на их запросы (*Л.С. Наумова, «Знамя шахтера»*);

– мы — мостик между рядовыми жителями города и района с муниципальными властями. Оказываем реальную помощь в решении проблем ЖКХ, транспорта, здравоохранения и др. (*И.В. Клиникова, «Шуйские известия»*);

– городская газета — отличный инструмент для популяризации участия в конкурсах масштаба РФ (*О.О. Рождественская, «Ковровская неделя»*);

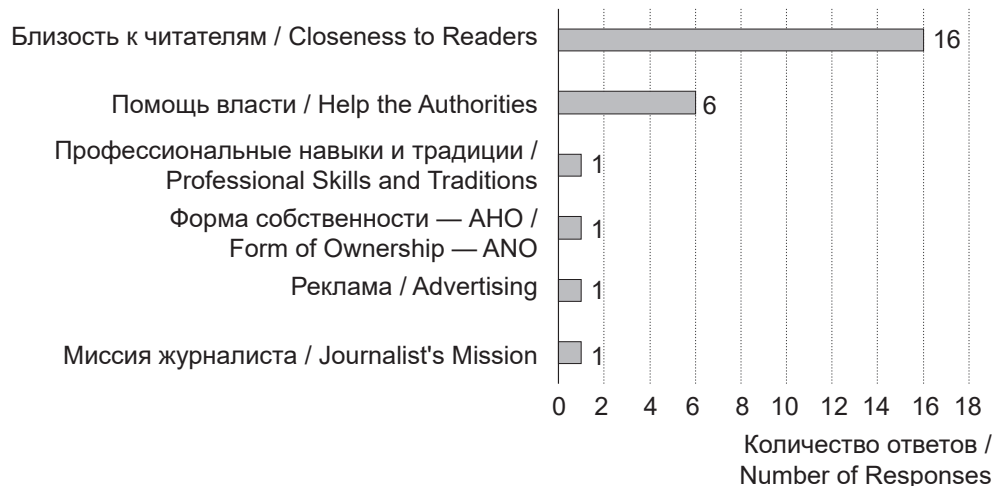


Рис. 3. Возможности для развития местных СМИ

Pic. 3. Opportunities for the Development of Local Media

– главная роль газеты — объединяющая и информационная, в чем-то мобилизующая (*И.В. Белова, «Сельская новь»*);

– самое главное — привлечение общественности! О проблеме, которую поднимает автор, узнают многие. В данном случае, количество не влияет на качество (*М.А. Рехлинг, «Тогучинская газета»*).

Мнения респондентов представляют собой яркую палитру полезности местных СМИ — от отсутствия конкурентов в секторе печатных медиа до уникальных возможностей организации диалога власти и общества. Отдельно следует упомянуть, что представления о районных газетах как о «динозаврах», реализующих свою профессиональную деятельность исключительно в виде издания газеты, очень далеки от реальности. На современном этапе развития муниципальных СМИ значительная их часть распространяет создаваемый контент на основных площадках в социальных сетях и мессенджерах. Также важно отметить, что наиболее активные редакции находятся на связи с читателями практически круглосуточно, получая от них сообщения в мессенджерах и по электронной почте.

Помощь власти — 6 ответов:

– проблематизация на региональном и федеральном уровне через интервью специалистов органов власти (*Э.Н. Розман, «Жердевские новости»*);

– вынужденная лояльность редакций к государственным структурам, неплохие отношения с чиновниками всех уровней помогают частенько решать проблемы читателей, не прибегая к критическим статьям. Опять же налаженные свя-

зи помогают «добывать» надежную информацию проще и быстрее и из первых рук (*Т.В. Лагутина, «Бумеранг-Партнер»*).

Полученные ответы требуют дополнительной проработки, однако можно предположить, что качество взаимодействия журналистов с чиновниками во многом зависит от способности и готовности вести конструктивный диалог в интересах граждан.

Нельзя не упомянуть, что среди возможностей для развития местных СМИ были указаны профессиональные навыки и традиции, которые позволяют журналистам работать в интернет-пространстве, не снижая стилистику подачи материалов и их качество (*Б.А. Севостьянова, «Шахтинские известия»*), миссия журналиста, стремление всесторонне и объективно представлять общественности актуальную информацию (*Е.Н. Николаева, «РуссаГРАД»*). Однако обращение к нормативным функциям и задачам журналистской деятельности является по факту исключением — практически не представлено в ответах респондентов. Анализ причин этого явления требует дополнительного исследования.

Также к потенциальным возможностям для развития местных СМИ респонденты относят рекламу, которая «дает не только дополнительные финансовые потоки, но и возможности выразить свою точку зрения (в рамках закона) через рекламодателей» (*О.В. Шуман, «Аргументы и Факты Югра»*); форму собственности (Автономная некоммерческая организация), которая позволяет участвовать в грантовых конкурсах, получать субсидии в случае внесения в реестр социально

ориентированных НКО (А.А. Майорова, «Тюменские известия»).

Угрозы развитию местных СМИ

Возможности для развития имеются, как считают наши респонденты, и немалые. Но значительны и барьеры, и риски, которые отражены на рис. 4.

Зависимость от власти — 13 ответов:

– мало возможностей критиковать недостатки в работе управленцев, не приветствуется и критика обеспечения жизнедеятельности (А.А. Петрова, «Волга»);

– редакциям, которые попали в немилость властей, могут перекрыть кислород (Е.Н. Николаева, «РуссаГРАД»);

– если газета становится просто рупором администрации, не поднимает проблем, — читателям становится менее интересной, ей перестают верить — подписка

падает — «рупор» не срабатывает (И.В. Белова, «Сельская новь»);

– многие муниципальные СМИ сегодня выживают за счет субсидий. За «неудобный материал», «за переход дороги в неправильном месте» можно остаться без средств, создавая конкуренцию «районкам». Печатное слово никто не вытеснит, но паблики — это оперативно и удобно. Как муниципальным газетам не потерять своего читателя? (М.А. Рехлинг, «Тогучинская газета»).

Ключевой угрозой для развития местных СМИ является зависимость от решений конкретных чиновников на разных уровнях власти. Сервильное издание, избегающее актуальных проблем местных сообществ, не интересно читателям. Стремление представлять исключительно позитивную картину местной жизни может вызвать раздражение, которое приводит к апатии или, наоборот, к социальной нестабильности.



Рис. 4. Угрозы развитию местных СМИ

Pic. 4. Threats to the Development of Local Media

Финансовая нестабильность — 10 ответов:

– постоянная боязнь, что закроют местные газеты, как сделали в Подмоскowie. Чтобы больше средств направлять на федеральные СМИ (*Э.Н. Розман, «Жердевские новости»*);

– старение населения. Рост конкуренции. Проблема сбыта. Снижение общего уровня покупательской способности населения. Существенное падение спроса на газеты (*Н.А. Ефремова, «Пудожский вестник»*);

– снижение рекламного рынка печатных изданий, высокая конкуренция в интернет-пространстве (*Б.А. Севостьянова, «Шахтинские известия»*);

– катастрофический недостаток средств на производство газеты, включая достойную заработную плату, вызванный снижением доходов от подписки и рекламы (*Л.С. Наумова, «Знамя шахтера»*);

– для бесплатной газеты постоянной угрозой является угроза закрытия при сокращении городского бюджета (*Н.В. Горяйнова, «Первый номер»*).

Факторы, определяющие финансовую нестабильность, могут быть связаны не только с урезанием финансовой поддержки государства, но и с объективными социально-демографическими тенденциями. Уход старшего поколения, привыкшего читать газеты, страшен зачастую не менее, чем сокращение финансирования со стороны учредителя. Эти два фактора взаимосвязаны.

Изменение медиапотребления — 9 ответов:

– постоянно повышающиеся цены на услуги «Почты России»,

а значит и на подписку. В связи с чем — снижение количества подписчиков (*С.С. Герне, «Верный путь»*);

– падение спроса на печатную версию газеты и как результат уменьшение числа подписчиков, так как не во всех селах есть интернет и не все жители поселений обеспечены компьютерами (*О.И. Фомич, «Прихопёрье»*).

«Почта России» на протяжении многих лет воспринимается журналистами местных СМИ не как партнер, а как создатель новых препятствий для контакта с аудиторией.

Демографический и кадровый кризис — 5 ответов:

– цифровизация, урбанизация, вымирание читательского поколения (*М.В. Неклюдова, «Тотемские вести»*);

– нехватка молодых специалистов (*Ю.А. Черенкова, «Маяк»*).

Старение населения сказывается не только на читателях, но и на сотрудниках редакции — молодые специалисты устремляются в крупные города. Ключевым фактором является низкий уровень заработной платы.

Дискуссия

Исследователи общественных отношений неоднократно указывали на дефицит доверия в российском обществе. Так, Е.В. Фролова и О.В. Рогач приходят к выводу, что «граждане не рассматривают государство в качестве субъекта социальной поддержки в трудной жизненной ситуации»; ими же было установлено «наличие у россиян активной жизненной позиции по отношению к проблемам местных сообществ, высокий уровень солидарности, общности с жителями своего города» [30, с. 733]. Фролова и Рогач

указывают, что формировать доверие местные чиновники могут через «развитие территориальной идентичности граждан, событийное наполнение общественной жизни, создание условий для самоорганизации граждан в сетевые сообщества, реализующие практики взаимопомощи и поддержки» [30, с. 730]. Представляется досадным недоразумением отсутствие в предложенной авторами схеме формирования общественного доверия в качестве активных субъектов общественного диалога и взаимодействия редакций местных СМИ. Попытки выстраивать прямой диалог руководителей местных администраций и глав регионов с гражданами приводит либо к закрытию комментариев под постами, либо к привлечению тех же журналистов и иных профессионалов для ведения страниц чиновников и ответа на комментарии граждан. В лучшем случае подобная активность региональных и муниципальных администраций позволяет решать несложные проблемы (например, в сфере ЖКХ), а в худшем случае вызывает раздражение граждан формальными отписками, которые они получают в комментариях.

Как мы видим из результатов опроса и из исследований прошлых лет, именно журналисты способны выстраивать конструктивный долгосрочный диалог власти и общества, именно журналисты способны консолидировать местное сообщество для решения актуальных проблем.

Выводы

Проведенное разведывательное исследование показало:

– ключевыми факторами, определяющими работу редакций местных СМИ, является близость к

аудитории и зависимость от руководителей органов власти;

– близость к аудитории обосновывается, в том числе, тем, что журналисты живут в тех же населенных пунктах, о которых рассказывают, лично знают не только местных чиновников, но и многих жителей, которые становятся героями материалов СМИ;

– доверие граждан к журналистам сохраняется, если они видят реальную пользу для себя и для местного сообщества от работы журналистов, готовность прийти на помощь людям, оказавшимся в сложной жизненной ситуации;

– стремление некоторых чиновников ограничить журналистов дискредитирует власть и направляет недовольство граждан в паблики в соцсетях и протестные микросообщества в мессенджерах.

Общее заключение на данном этапе исследования состоит в понимании актуальной ситуации вокруг локальных СМИ как требующей существенных корректив: *медиаисследователи и сотрудники* профильных ведомств должны увидеть районки как субъект общественных отношений; *журналисты* обязаны обратиться к своему труду как мультиплатформенной активности (газета, сайт, соцсети, мессенджеры, офлайн-проекты), направленной на организацию диалога в обществе; *чиновникам* следует изменить отношение к ключевым показателям эффективности местных СМИ — от показателей цитируемости представителей власти к вовлеченности аудитории в местную социально-политическую повестку. Подобная журналистская активность позволит повысить уровень доверия граждан журналистам и, как следствие, будет способствовать сни-

жению социальной напряженности, консолидации общества и росту локального патриотизма.

Авторы планируют продолжать исследование редакционных стратегий местных СМИ. Ближайший

его этап предполагает проведение опроса (в формате глубинных интервью) руководителей местных СМИ о роли редакций в жизни территорий и их потенциала в решении проблем граждан и сообществ.

Список использованной литературы

1. Массовая информация в советском промышленном городе: опыт комплексного социологического исследования / Б.А. Грушин, Л.Н. Федотова, Е.Я. Таршис [и др.]; под общ. ред. Б.А. Грушина, Л.А. О니кова. — Москва : Политиздат, 1980. — 446 с.
2. Свитич Л.Г. Журналисты и аудитория: из социологического архива : в 2 ч. / Л.Г. Свитич. — Москва : ИКАР, 2018. — Ч. 2. — 392 с.
3. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов / Л.Г. Свитич, О.В. Смирнова, А.А. Ширяева, М.В. Шкондин. — Москва : Фак. журн. МГУ, 2015. — 237 с.
4. Вартанова Е.Л. Российская медиасистема в начале 2020 гг.: вызовы эпохи неопределенности / Е.Л. Вартанова, Д.В. Дунас. — DOI 10.30547/mediaalmanah.6.2022.817. — EDN [TXRYQQ](#) // Меди@льманах. — 2022. — № 6. — С. 8–17.
5. Макеенко М.И. Онлайн-производители развлекательного контента как участники социально-политических процессов / М.И. Макеенко, А.В. Вырковский. — DOI 10.30547/mediaalmanah.6.2021.2431. — EDN [LBIXQL](#) // Меди@льманах. — 2021. — № 6. — С. 24–31.
6. Районные газеты Пермского края: настоящее и будущее / В.В. Абашев, З.С. Антипина, Е.Г. Власова [и др.]; под общ. ред. Л.Л. Черепановой. — Пермь : Изд-во Пермского государственного национального исследовательского университета, 2017. — 240 с. — EDN [UOMJNL](#).
7. Гатилин А.С. Социальные проекты СМИ как инструмент развития местных сообществ : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А.С. Гатилин. — Москва, 2022. — 186 с.
8. Гатилин А.С. Социальные проекты местных СМИ в контексте принципов партиципаторной журналистики / А.С. Гатилин, Т.И. Фролова. — DOI 10.30547/vesnik.journ.3.2021.121151. — EDN [GYAGWJ](#) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2021. — № 3. — С. 121–151.
9. Гатилин А.С. Социальные проекты муниципальных СМИ как инструмент развития местных сообществ и территорий: стартовые особенности / А.С. Гатилин, Т.И. Фролова. — DOI 10.17150/2308-6203.2021.10(3).500-513. — EDN [WJGDQS](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 3. — С. 500–513.
10. Фомичева И.Д. СМИ как партиципаторные коммуникации : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10; 22.00.04 / И.Д. Фомичева. — Москва, 2002. — 84 с.
11. Тулупов В.В. Есть ли будущее у профессии журналиста? / В.В. Тулупов. — DOI 10.17223/23062096/4/3. — EDN [VPINVB](#) // Журналистский ежегодник. — 2015. — № 4. — С. 15–18.
12. Бережная М.А. Социальные проблемы в фокусе ТВ / М.А. Бережная. — Санкт-Петербург : Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, 2017. — 192 с.
13. Средства массовой информации и формирование гражданского общества / под ред. А.И. Верховской. — Москва : Изд-во МГУ, 2010. — 326 с.
14. Хлебникова Н.В. Общественные инициативы в медиaprостранстве гражданской журналистики : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Н.В. Хлебникова. — Москва, 2011. — 197 с.
15. Иванян Р.Г. Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия: Россия, конец XX — начало XXI века : дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Р.Г. Иванян. — Санкт-Петербург, 2007. — 291 с.
16. Лобашов Р.А. Журналистика социального действия на российском телевидении 2000-х годов: форматы, инструменты, механизмы / Р.А. Лобашов. — EDN [NBLJUP](#) // Меди@льманах. — 2010. — № 5. — С. 30–38.

17. Чернов А.В. Измерение лояльности аудитории регионального интернет-портала (на примере сайта Gorodche.ru) / А.В. Чернов, М.В. Дворянова, Ю.Е. Муравьева. — EDN [OHMSNT](#) // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. — 2019. — № 1 (19). — С. 6.
18. Ершов Ю.М. Телевидение регионов в поиске моделей развития / Ю.М. Ершов. — Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2012. — 300 с.
19. Вырковский А.В. Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи / А.В. Вырковский, М.И. Макеенко. Москва : МедиаМир, 2014. — 144 с.
20. Буторин М.В. Районная печать современного периода в системе отношений власти и местного сообщества / М.В. Буторин. — EDN [DCOTRY](#) // Медиаисследования. — 2022. — № 9. — С. 202–209.
21. Мельник В.Р. Способы продвижения городской газеты (на примере издания «Реквизит» г. Выборг) / В.Р. Мельник. — EDN [SGJGJC](#) // Журналистика и медиакоммуникации в цифровой среде : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 23 марта 2022 г. — Москва, 2022. — С. 98–101.
22. Буторин М.В. Газета «Волховские огни» как основной источник информации о деятельности органов власти и местного сообщества / М.В. Буторин. — EDN [ZDFULE](#) // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. — 2021. — Т. 12, № 5 (52). — С. 43–48.
23. Гимельштейн А.В. Региональная медиасистема в условиях цифровизации: технико-технологический и экономический аспекты / А.В. Гимельштейн, И.Н. Демина. — EDN [WJDIFA](#) // Социально-гуманитарные знания. — 2020. — № 4. — С. 76–86.
24. Нигматуллина К.Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России / К.Р. Нигматуллина. — DOI 10.30547/vestnik.journ.1.2021.3051. — EDN [RLLSBD](#) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2021. — № 1. — С. 30–50.
25. Печатные издания Буинского района Республики Татарстан: газета «Байрак» (Знамя, Ялав) / Г.В. Хораскина, Л.С. Емельянова, О.Р. Студенцов, Л.А. Васильева. — EDN [PRLQHO](#) // Язык и слово : сб. статей. — Чебоксары, 2021. — С. 136–139.
26. Бешукова Ф.Б. Роль и место печатных изданий в региональной системе средств массовой информации Республики Адыгея: основные тенденции развития / Ф.Б. Бешукова, А.А. Хажгериева // Вестник Адыгейского государственного университета. — 2020. — № 4 (267). — С. 193–199.
27. Сафин Ф.Г. Национальный медиаландшафт как фактор сохранения этнической идентичности (на примере чувашезычных массмедиа в Башкортостане) / Ф.Г. Сафин, Э.А. Мухтасарова, А.И. Халиulina. — DOI 10.47026/1810-1909-2020-4-147-158. — EDN [BYEJUW](#) // Вестник Чувашского университета. — 2020. — № 4. — С. 147–158.
28. Черепанова Л.Л. Районные газеты в локальном медиапространстве / Л.Л. Черепанова. — EDN [WYDCWY](#) // Стратегия развития региональных СМИ: проблемы и перспективы : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Курск, 21 нояб. 2019 г. — Курск, 2020. — С. 157–163.
29. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / под общ. ред. В.В. Григорьева. — Москва : Министерство цифрового развития РФ, 2021. — 130 с.
30. Фролова Е.В. Факторы формирования доверия к местной власти в Российской Федерации на современном этапе / Е.В. Фролова, О.В. Рогач. — DOI 10.17072/2218-9173-2022-4-719-740. — EDN [UFMRPI](#) // Ars Administrandi (Искусство управления). — 2022. — Т. 14, № 4. — С. 719–740.

References

1. Grushin B.A., Fedotova L.N., Tarshis E.Ya. [et al.]; Grushin B.A., Onikov L.A. (eds). *Mass Information in a Soviet Industrial City: The Experience of a Comprehensive Sociological Study*. Moscow, Politizdat Publ., 1980. 446 p.
2. Svitich L.G. *Journalists and Audience: From the Sociological Archive*. Moscow, IKAR Publ., 2018. Pt. 2. 392 p.

3. Svitich L.G., Smirnova O.V., Shiryayeva A.A., Shkondin M.V. *Newspapers of Medium and Small Cities of Russia. Sociological Research: Survey of Editors and Journalists*. Moscow, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ., 2015. 237 p.

4. Vartanova E.L., Dunas D.V. Russian Media System at the Beginning of 2020: Challenges in the Era of Uncertainty. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2022, no. 6, pp. 8–17. (In Russian). EDN: [TXRYQ](#). DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2022.817.

5. Makeenko M.I., Vyrkovskii A.V. Online Producers of Entertainment Content as Participants in Socio-Political Processes. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2021, no. 6, pp. 24–31. (In Russian). EDN: [LBIXQL](#). DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2021.2431.

6. Abashev V.V., Antipina Z.S., Vlasova E.G. [et al.]; Cherepanova L.L. (ed.). *Regional Newspapers of the Perm Region: Present and Future*. Perm State National Research University Publ., 2017. 240 p. EDN: [UOMJNL](#).

7. Gatilin A.S. *Social Media Projects as a Tool for the Development of Local Communities*. Cand. Diss. Moscow, 2022. 186 p.

8. Gatilin A.S., Frolova T.I. Social Projects of Local Media in the Context of the Principles of Participatory Journalism. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistska = Moscow University Journalism Bulletin*, 2021, no. 3, pp. 121–151. (In Russian). EDN: [GYAGWJ](#). DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2021.121151.

9. Gatilin A.S., Frolova T.I. Social Projects by Local Media as a Tool for the Development of Local Communities: Starting Points. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistski = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2021, vol. 10, no. 3, pp. 500–513. (In Russian). EDN: [WJGDQS](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(3).500-513.

10. Fomicheva I.D. *Media as Participatory Communications*. Doct. Diss. Moscow, 2002. 84 p.

11. Tulupov V.V. Is There a Future For the Profession of Journalism? *Zhurnalistskii ezhegodnik = Journalistic Yearbook*, 2015, no. 4, pp. 15–18. (In Russian). EDN: [VPINVB](#). DOI: 10.17223/23062096/4/3.

12. Berezhnaya M.A. *Social Problems in the Focus of TV*. Saint-Petersburg University of the Humanities and Social Sciences Publ., 2017. 192 p.

13. Verkhovskaya A.I. (ed.). *Mass Media and the Formation of Civil Society*. Moscow State University Publ., 2010. 326 p.

14. Khlebnikova N.V. *Public Initiatives in the Media Space of Citizen Journalism*. Cand. Diss. Moscow, 2011. 197 p.

15. Ivanyan R.G. *Journalism and Social Work: Nature and Experience of Institutional Interaction: Russia, Late 20th — Early 21st Centuries*. Cand. Diss. Saint Petersburg, 2007. 291 p.

16. Lobashov R.A. Journalism of Social Action on Russian Television in the 2000s: Formats, Tools, Mechanisms. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2010, no. 5, pp. 30–38. (In Russian). EDN: [NBLJUP](#).

17. Chernov A.V., Dvoryanova M.V., Murav'eva Yu.E. Measuring Audience Loyalty of a Regional Internet Portal (On the Example of the Site Gorodche.Ru). *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta im. Ya. Mudrogo. = Scientific Notes of Yaroslav the Wise Novgorod State University*, 2019, no. 1, pp. 6. (In Russian). EDN: [OHMSNT](#).

18. Ershov Yu.M. *Regional Television in Search of Development Models*. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 2012. 300.

19. Vyrkovskii A.V., Makeenko M.I. *Regional Television of Russia on the Threshold of the Digital Era*. Moscow, MediaMir Publ., 2014. 144.

20. Buturin M.V. The District Press of the Modern Period in the System of Relations Between the Government and the Local Community. *Mediaissledovaniya = Media research*, 2022, no. 9, pp. 202–209. (In Russian). EDN: [DCOTRY](#).

21. Mel'nik V.R. Ways to Promote a City Newspaper (Using the Example of the Publication "Rekvizit" in Vyborg). *Journalism and Media Communications in the Digital Environment. Materials of International Scientific Conference, Moscow, March 23, 2022*. Moscow, 2022, pp. 98–101. (In Russian). EDN: [SGJGJC](#).

22. Butorin M.V. The Newspaper “Volkhov Lights” as the Main Source of Information About the Activities of the Authorities and the Local Community. *Nauchnye trudy Severo-Zapadnogo instituta upravleniya RANKhiGS = Scientific works RANEPa Saint-Petersburg*, 2021, vol. 12, no. 5, pp. 43–48. (In Russian). EDN: [ZDFULE](#).

23. Gimel'shtein A.V., Demina I.N. Eglobal Media System in the Conditions of Digitalization: Technical, Technological and Economic Aspects. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Social and Humanitarian Knowledge*, 2020, no. 4, pp. 76–86. (In Russian). EDN: [WJDIFA](#).

24. Nigmatullina K.R. The Role of Social Networks in the Development of Regional Journalism in Russia. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2021, no. 1, pp. 30–50. (In Russian). EDN: [RLLSBD](#). DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2021.3051.

25. Khoras'kina G.V., Emel'yanova L.S., Studentsov O.R., Vasil'eva L.A. Printed Publications of the Buinsky District of the Republic of Tatarstan: Newspaper “Bayrak” (Znamya, Yalav). *Language and word. Collected Papers*. Cheboksary, 2021, pp. 136–139. (In Russian). EDN: [PRLQHO](#).

26. Beshukova F.B., Khazhgerieva A.A. Role and Place of Print Media in the Regional Media System of the Republic of Adyghea: Main Development Trends. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. = Bulletin of the Adyghe state university*, 2020, no. 4, pp. 193–199. (In Russian).

27. Safin F.G., Mukhtasarova E.A., Khaliulina A.I. National Media-Landscape as a Factor to Preserve the Ethnic Identity (On the Example of Chuvash-Speaking Mass Media in Bashkortostan). *Vestnik Chuvashskogo universiteta = Bulletin of Chuvash State University*, 2020, no. 4, pp. 147–158. (In Russian). EDN: [BYEJUW](#). DOI: 10.47026/1810-1909-2020-4-147-158.

28. Cherepanova L.L. Regional Newspapers in the Local Media Space. *Regional Media Development Strategy: Problems and Prospects. Materials of All-Russian Research Conference, Kursk, November 21, 2019*. Kursk, 2019, pp. 157–163. (In Russian). EDN: [WYDCWY](#).

29. Grigor'ev V.V. (ed.). *Russian Periodicals. Status, Trends and Development Prospects. Industry Report*. Moscow, Ministerstvo tsifrovogo razvitiya RF Publ., 2021. 130 p.

30. Frolova E.V., Rogach O.V. Actors For Building Trust in the Russian Federation Local Governments Under Modern Conditions. *Iskusstvo Upravleniya = Ars Administrandi*, 2022, vol. 14, no. 4, pp. 719–740. (In Russian). EDN: [UFMRPI](#). DOI: 10.17072/2218-9173-2022-4-719-740.

Информация об авторах


Фролова Татьяна Ивановна — доктор филологических наук, профессор, кафедра цифровой журналистики, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, t_frolova@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1561-6169>.


Гатилин Александр Сергеевич — кандидат филологических наук, научный сотрудник, Проблемная научно-исследовательская лаборатория комплексного изучения актуальных проблем журналистики, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, gatilin@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0000-5784-1968>.

Касютин Владимир Леонидович — кандидат филологических наук, секретарь Союза журналистов России, главный редактор журнала «Журналистика и медиарынок», г. Москва, Российская Федерация, vlk6363@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0007-7736-862X>.

Authors Information

Tatiana I. Frolova — D.Sc. in Philology, Professor, Department of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, t_frolova@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1561-6169>.

Alexander S. Gatilin — PhD in Philology, Research Associate, Problematic Research Laboratory of the Comprehensive Study of Actual Journalism Issues, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, gatilin@mail.ru,  <https://orcid.org/0009-0000-5784-1968>.

Vladimir L. Kasyutin — PhD in Philology, Secretary of the Union of Journalists of Russia, Editor-in-Chief of the Magazine “Journalism and the Media Market”, Moscow, Russian Federation, vlk6363@mail.ru,  <https://orcid.org/0009-0007-7736-862X>.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Для цитирования

Фролова Т.И. Российские локальные СМИ: возможности, проблемы, перспективы / Т.И. Фролова, А.С. Гатилин, В.Л. Касютин. — DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(3).470-489. — EDN [RAYFRC](https://www.rayfrc.ru) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2023. — Т. 12, № 3. — С. 470–489.

For Citation

Frolova T.I., Gatilin A.S., Kasyutin V.L. Russian Local Media: Opportunities, Problems, Prospects. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 3, pp. 470–489. (In Russian). EDN: [RAYFRC](https://www.rayfrc.ru). DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(3).470-489.