

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕДИЙНЫЙ КЛАСТЕР: ПРИНЦИП ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Е. В. Красовская

Белорусский государственный университет

Поступила в редакцию 25 июля 2019 г.

Аннотация: в статье анализируется новая для медиаиндустрии Республики Беларусь тенденция формирования кластеров. На примере Инновационного медийного кластера Гродненской области выявляется принцип его функционирования, который с точки зрения теории информации может классифицироваться как субъект-субъектная коммуникация. На основе результатов работы медиакластера доказывается теоретическое положение о наличии синергетического эффекта от взаимодействия его компонентов, который выражается в увеличении посещаемости сайтов газет региона.

Ключевые слова: кластер, инновация, медиа, Республика Беларусь, регион.

Abstract: the article analyses a new tendency for the media industry of Republic of Belarus. This tendency is a process of the clusters forming. The principle of a cluster functioning is revealed in the article on an example of Innovative media cluster of Grodno region. According to the theory of information this principle can be indicated as subject-subject communication. The theoretical thesis of the availability of the synergetic effect as a result of cooperation of the cluster elements is argued in the article. This conclusion is based on the results of its functioning. These results demonstrate the increase of the attendance of the regional newspapers' sites.

Keywords: cluster, innovation, media, Republic of Belarus, region.

Государственные программы инновационного развития Республики Беларусь, действующие в течение последних десяти лет, а также национальные стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь (на период до 2020 г. и на период до 2030 г.) предполагают создание кластеров в различных отраслях экономики. Уже сформированы химический, агромашиностроительный, автотракторостроительный, химико-текстильный и ИТ-кластеры. Не стала исключением и медиаиндустрия.

Согласно определению экономиста М. Э. Портера, кластер — это «сконцентрированные по географическим признакам группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в родственных отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но при этом ведущих совместную работу» [1, 256].

В медиаиндустриях развитых стран мира крупные медиакластеры трансформировались в мультимедийные кластеры, например, мультимедийный кластер Нижнего Манхэттена, который состоит из контент-провайдеров и фирм, работающих в родственных отраслях, таких как издательское дело,

радиовещание, графика и изобразительное искусство, или мультимедийный кластер залива Сан-Франциско, который включает многих производителей оборудования и программного обеспечения. В Республике Беларусь процесс кластеризации в медиаиндустрии только начинается. При этом в Беларуси, как и в большинстве стран мира, акцент сделан на региональном аспекте государственной кластерной политики, поскольку именно для региональной экономики кластеры выступают «точками роста» [2, 87]. Таким образом, все шесть административно-территориальных единиц страны становятся потенциальными площадками для формирования кластеров, в том числе в сфере медиа.

Первый медиакластер создан в Гродненской области в 2016 г. — это Инновационный медийный кластер. В его состав вошли Главное управление идеологической работы, культуры и по делам молодежи Гродненского областного исполнительного комитета (сегодня — Главное управление идеологической работы и по делам молодежи), Гродненский государственный университет им. Янки Купалы (кафедра журналистики), редакция газеты «Гродзенская праўда» и Гродненское областное отделение общественного объединения «Белорусский союз журналистов». Название «Инновационный медийный кластер» выбрано не случайно: кластерная политика является составной частью инновационной политики развития страны, что закреплено в Национальной

стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. В научной литературе по проблемам инновационного развития Беларуси под инновационностью понимается «способность и готовность социальной системы (научного учреждения, предприятия, фирмы, отрасли экономики, региона, страны) интегрировать новейшие достижения науки, техники, технологии, управленческой деятельности, коммерциализировать научные открытия и конструкторские разработки для обеспечения устойчивого инновационного научнотехнического и социально-экономического развития и эффективного управления» [3, 376]. При этом в научных работах подчеркивается творческий характер инновационной деятельности [3, 376; 4, 103]. Исходя из этого, Инновационный медийный кластер призван способствовать выстраиванию более тесных внутренних связей в медиасистеме региона, задействовав научные достижения сотрудников кафедры журналистики ГрГУ, перспективные управленческие стратегии, разрабатываемые соответствующими структурными подразделениями облисполкома, и творческий потенциал членов областного отделения Белорусского союза журналистов.

«К сегодняшнему дню мы шли полтора года, — сказал во время подписания соглашения об образовании медиакластера заместитель председателя Гродненского областного исполнительного комитета Виктор Лискович. — Кластер, объединивший ведущую газету, и вуз области, и одно из важнейших управлений облисполкома, создается для того, чтобы вывести на качественно новый уровень средства массовой информации региона. Используя мощный потенциал кафедры журналистики ГрГУ, ведущих журналистов-профессионалов, мы сможем развивать наши СМИ так, как того требует время. Это и грамотное, интересное людям освещение работы органов власти, и развитие электронных ресурсов печатных изданий, а также организаций и предприятий, и повышение экономической эффективности работы редакций, и многие другие актуальные вопросы, пути решения которых будут обсуждаться в кластере» [5, 3].

Численность населения Гродненской области составляет 1 039 278 человек. Медиасистема данного региона представлена 95 СМИ: это 15 журналов и 46 газет, «Телерадиокомпания “Гродно”», «Лидское телерадиообъединение», городской телерадиовещательный канал «Гродно Плюс», 6 районных студий телевидения и 19 районных радиопрограмм. Все перечисленные средства массовой информации имеют собственные сайты в интернете [6, 2–3].

Кластеры способны повышать эффективность деятельности не только отдельно взятых фирм, входящих в его состав, но и всего кластера в целом. Такой синергетический эффект достигается за счет постоянного взаимодействия между его участниками, а именно — формального и неформального обмена

информацией. По этому поводу М. Э. Портер пишет: «Близость друг к другу, связи по поставщикам и технологиям, а также наличие постоянных личных контактов и общественных связей облегчают движение потоков информации внутри кластеров. <...> Важным частным случаем создаваемых кластером информационных преимуществ оказывается доступность информации о текущих потребностях покупателей. Требовательные заказчики нередко входят в кластеры в качестве его составной части, а другие члены кластера часто получают и распространяют информацию об их нуждах» [1, 279].

Информационное взаимодействие, осуществляющееся по описанному сценарию в рамках разных видов кластеров (медицинских, промышленных, образовательных), применительно к медиакластеру целесообразно рассматривать через призму теории информации, на которую опирается наука о журналистике. С этой точки зрения взаимодействие с потребителями услуг медиакластера (аудиторией), где важную роль играет обратная связь, может трактоваться как субъект-субъектная коммуникация.

Под воздействием научных работ культурологов, которые констатировали смену культурной парадигмы потребления медиа из-за конвергенции, когда «нас просят быть не просто “пассивными зрителями для медиа”, а быть более вовлеченными в потребляемые нами сообщения» [7], в науке о журналистике приобретает все более широкое распространение новая парадигма коммуникации — субъект-субъектная. Она получила обоснование в работах российского ученого М. Г. Шилиной в результате осмысления процессов интернет-коммуникации и конвергенции в традиционных СМИ. Исследователь также предлагает называть данную концепцию антропоцентрической [8, 10; 9, 132], поскольку в ходе модернизации деятельности СМИ возрастает интерактивность коммуникационных процессов, которая предоставляет возможность активного выбора для аудитории (вплоть до удовлетворения индивидуальных информационных запросов).

Представители белорусской научной школы журналистики разделяют данный подход. Так, И. В. Ивченков, рассматривая современную журналистику через призму риторического идеала Сократа-Платона, писал о необходимости субъект-субъектного диалога с читателем [10, 277]. В. П. Воробьев, анализируя потенциал воздействия журналистики на аудиторию, настаивал на необходимости перехода к диалоговой модели коммуникации [11, 434–435]. Е. В. Красовская, изучая позитивные изменения содержательно-тематического и композиционно-графического комплекса отдельных региональных газет, опиралась на семиотическую теорию Ю. М. Лотмана, согласно которой между текстом и аудиторией складываются отношения, имеющие диалогическую природу. На примере проанализированных изданий, где

реализуется диалоговый принцип взаимодействия с читателями, была доказана эффективность такого подхода [12, 275–277].

Результаты анализа деятельности Инновационного медийного кластера демонстрируют, что принцип его функционирования — это наличие субъект-субъектной коммуникации, связывающей воедино не только элементы медиакластера, но и потребителей его услуг (аудиторию). При этом деятельность медиакластера осуществляется в нескольких направлениях.

В рамках *первого направления* субъект-субъектная коммуникация в кластере реализуется через *оказание платных образовательных услуг школьникам* кафедрой журналистики ГрГУ как ответ на запрос со стороны их родителей, а также *профорориентационную работу в регионе* как ответ на запрос со стороны учреждений образования и самих абитуриентов. Кафедрой журналистики разработан оригинальный проект многоступенчатой профориентации: для школьников 5–7 классов предлагаются платные образовательные курсы по работе в социальных медиа «#явсети», для учащихся 7–8 классов организовываются Летняя и Осенняя школа медиаграмотности «МедиаГид», для учеников 9–11 классов работает студия юного журналиста «Медиа-START». Существуют также проекты, в которых могут принять участие старшеклассники всех школ Гродненского региона, — это молодежный фестиваль медиапроектов «МедиаСфера» и олимпиада по журналистике «Медиа и Я» [13, 38–39].

Второе направление работы медиакластера — это *развитие медиаобразования в регионе*, когда субъект-субъектная коммуникация осуществляется посредством ответа на запрос со стороны Главного управления идеологической работы и по делам молодежи Гродненского облисполкома. В частности, по заявке этого отдела в 2017–2018 учебном году студентами Гродненского государственного университета им. Янки Купалы был выполнен проект «Информационно-образовательный сайт “МедиаДом” как инструмент развития медиаобразования молодежи» [14, 6]. Над созданием и наполнением сайта под руководством преподавателей работали студенты старших курсов нескольких факультетов: математики и информатики; искусств и дизайна; истории, коммуникации и туризма. При этом данный междисциплинарный творческий проект предполагает развитие: над наполнением уже созданных разделов и совершенствованием дизайна сайта в последующие годы будут продолжать работать студенты, которые сейчас обучаются на младших курсах. Эвристический подход, примененный при реализации данного проекта, был оценен на международном уровне: в ноябре 2018 г. проект «Информационно-образовательный сайт “МедиаДом” как инструмент развития медиаобразования молодежи»

стал победителем XV Международного конкурса студенческих коммуникационных проектов «МассМедиа Перспектива», который состоялся в Институте «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета [13, 40].

Третье направление в деятельности медиакластера — это *взаимодействие с журналистским сообществом*. Оно осуществляется в нескольких формах, каждая из которых отвечает принципам субъект-субъектной коммуникации.

Так, журналисты-практики наряду с преподавателями кафедры журналистики участвуют в реализации платных образовательных услуг, которые предлагает ГрГУ. Это платный курс по работе в социальных медиа «#явсети» для учеников 5–7 классов, который удовлетворяет пожелания детей и их родителей: первых интересует, как сделать свой аккаунт привлекательным, вторых — как избежать отрицательного влияния на ребенка со стороны пользователей социальных сетей. Академическая группа обычно состоит из 5–7 человек, стоимость обучения — 142 рубля (справочно: номинальная начисленная средняя заработная плата в Гродненской области за май 2019 г. — 926,2 рубля). Курс «#явсети» длится два месяца (24 занятия) и состоит из трех модулей: 1) основы цифровой фотографии; 2) работа в социальных сетях; 3) создание мультимедийного контента. Занятия ведут три медиатренера: преподаватель университета, студент выпускного курса, который занимается продвижением услуг в социальных сетях, и практикующий журналист. Школьники учатся по субботам и, как показала практика, такой формат очень удобен не только для них и их родителей, но и для практикующих журналистов, которые среди недели заняты на основном месте работы [13, 38–39].

Отдельные журналисты, а иногда и целые коллективы редакций задействованы в реализации профорориентационных и медиаобразовательных проектов. В частности, в медиакластере работа со школьниками 7–8 классов осуществляется в формате Летней и Осенней школ медиаграмотности «МедиаГид», которые курируются кафедрой журналистики.

Программа Летней школы медиаграмотности рассчитана на три недели и состоит из трех блоков: «Неделя телевидения», «Неделя радио», «Неделя прессы». Занятия в школе ведут не только преподаватели университета, но и журналисты телерадиовещательного канала «Гродно Плюс», а также студенты специальностей «Журналистика» и «Информация и коммуникация». Технической базой Летней школы медиаграмотности выступает учебная аудитория в редакции телерадиовещательного канала «Гродно Плюс», где создан филиал кафедры журналистики, радио- и телестудия этого канала, а также радио- и телестудия учебно-научно-произ-

водственного объединения «Студенческий медиа-центр» при кафедре журналистики. Занятия осуществляются как в традиционной форме, знакомой студентам, так и в форме мастер-классов журналистов, туров-практикумов в УНПО «Студенческий медиацентр», экскурсий в редакции СМИ, например в редакцию газеты «Гродзенская праўда», которая входит в Инновационный медийный кластер. Во время таких экскурсий у школьников, интересующихся журналистикой, есть возможность пообщаться с профессионалами.

Осенняя школа медиаграмотности «МедиаГид» проходит во время школьных осенних каникул. Но в связи с тем, что у медиатренеров (преподавателей и студентов) в это время идут занятия, она длится одну неделю. В Осенней школе медиаграмотности первый день отводится на знакомство с участниками и экскурсии, два следующих дня посвящаются телевидению, два последующих — радио, два последних — прессе.

Программы обеих школ медиаграмотности направлены не только на то, чтобы школьники познакомились с особенностями функционирования аудиовизуальных и печатных СМИ, но и на то, чтобы смогли самостоятельно или при помощи журналистов-практиков создать несколько материалов разных жанров для различных видов СМИ. Эти материалы размещаются на сайте университета и в региональных средствах массовой информации [13, с. 39].

Журналисты региона также могут выступать в качестве колумнистов, осмысливая явления, происходящие в медиасфере. Для этого на медиаобразовательном сайте «МедиаДом» [15] в разделе «МедиаГостиная» создана специальная рубрика «МедиаСалон», а в рубрике «МедиаОкна» презентуется новостная лента о событиях в медиасфере и достижениях СМИ региона [13, 40], что популяризирует профессию журналиста, укрепляет связи между редакциями и побуждает их к здоровой конкуренции в области творчества.

Для представителей различных средств массовой информации в рамках медиакластера организовываются образовательные семинары, на которых сотрудники кафедры журналистики презентуют результаты своих исследований. «В ходе таких исследований мы узнали о латентных проблемах, связанных с функционированием региональных СМИ, например, выявили неэффективные подходы в их работе, на основании чего сформулировали рекомендации по повышению медиаобразовательного потенциала публикаций средств массовой информации», — пояснила кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики ГрГУ Ирина Герасимчик в ходе онлайн-дискуссии «Межвузовское партнерство в подготовке журналистов для региональных и республиканских СМИ», состоявшейся в феврале на факультете журналистики Белорусского государственного уни-

верситета в ходе научно-практической конференции «Региональные СМИ Республики Беларусь в цифровую эпоху: состояние, проблемы и перспективы».

В рамках медиакластера также организовываются семинары по наиболее актуальным или типичным проблемам для журналистики белорусских регионов: «Модернизация сайтов газет и организация информационного обмена районных и областной газет, исполкомов, пресс-служб области», «Типичные языковые и речевые ошибки на страницах газет», «Современная аналитическая журналистика: тематика публикаций и методы исследования проблем», «Роль региональных СМИ в обеспечении информационной безопасности страны и формировании медиаграмотности».

Такое тесное взаимодействие исследователей журналистики и медиапрактиков, которое наблюдается в рамках медиакластера, быстро приносит ощутимые результаты: уже за первые пять месяцев совместной деятельности его участников — СМИ, кафедры журналистики, представителей госорганов и программистов — посещаемость сайтов газет области выросла в разы [16, 4; 17, 27].

Перечисленные формы взаимодействия с журналистским сообществом, используемые в рамках субъект-субъектной коммуникации, и основные направления работы медиакластера, которые тоже отвечают принципам субъект-субъектной коммуникации, позволяют сделать вывод о том, что в процессе функционирования Инновационного медийного кластера действительно наблюдается синергетический эффект от взаимодействия всех его компонентов. В ближайшее время планируется организовать по принципам кластера работу регионального телевидения и радио, чтобы районные теле- и радиостудии стали своеобразными представителями областной телерадиокомпания «Гродно» на местах.

По мнению автора, перспективы развития Инновационного медийного кластера в Гродненском регионе связаны, во-первых, с внедрением в практику его работы результатов НИРС, выполняемых по «Задачнику от редакций», который включает вопросы, требующие теоретического осмысления и выработки практических рекомендаций для различных видов и типов СМИ региона (креативная форма научной работы, предложенная студентам кафедрой журналистики ГрГУ), во-вторых, результатов научных исследований преподавателей кафедры журналистики этого университета, в-третьих, результатов научных исследований сотрудников факультета журналистики БГУ, специализирующихся на изучении региональных СМИ. Но особенно значимым представляется внедрение результатов исследований из сферы экономики по проблемам функционирования кластеров, которые широко представлены в российской и белорусской науке, а также исследований медиакластеров, которые уже появляются в России.

ЛИТЕРАТУРА

1. Портер М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер. — М.: Вильямс, 2005.
2. Крупский Д. М. Кластеры, кластерное развитие, кластерная политика в Республике Беларусь: эволюция взглядов, реальная практика, тенденции и перспективы / Д. М. Крупский // Экономика и банки. — 2016. — № 2. — С. 87–96.
3. Бабосов Е. М. Человек в социальных системах / Е. М. Бабосов. — Минск: Беларуская навука, 2013.
4. Бабосов Е. М. Социологические очерки устойчивого развития современной Беларуси / Е. М. Бабосов. — Минск: РИВШ, 2011.
5. Новицкая Л. Журналистика завтрашнего дня / Л. Новицкая // Гродзенская праўда. — 2016. — 5 сакавіка. — С. 3.
6. Председатель облисполкома Владимир Кравцов: «У власти и СМИ общие задачи» // Гродзенская праўда. — 2016. — 3 жніўня. — С. 2–3.
7. Marcus A. Effect of Convergence Culture on Spectatorship / A. Marcus // e-RESEARCH: A Journal of Undergraduate work. — 2013. — Vol. 3. — № 3. — Article 5. — Режим доступа: <http://digitalcommons.chapman.edu/e-Research/vol3/iss3/5> (дата обращения: 12.07.2019).
8. Шилина М. Инновационное общество: теория и практика PR и медиа / М. Шилина // МедиаАльманах. — 2011. — № 1. — С. 6–12.
9. Шилина М. Г. Связи с общественностью: стратегии развития в обществе инноваций / М. Г. Шилина // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект: сб. статей. — Барнаул, 2012. — С. 125–133.
10. Іўчанкаў В. Да вытокаў медыярыторыкі / В. Іўчанкаў // Журналістыка-2009: стан, праблемы і перспектывы: мат-лы Міжнар. навук.-практ. канф. — Мінск, 2009. — С. 273–277.
11. Вараб'ёў В. Патэнцыял уплыву журналістыкі на аўдыторыю / В. Вараб'ёў // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы: мат-лы Міжнар. навук.-практ. канф. — Мінск, 2016. — С. 433–435.
12. Красовская Е. Текст региональных газет и аудитория: диалоговый принцип взаимодействия / Е. Красовская // Журналістыка ў суладдзі з жыццём: зб. навук. прац. — Мінск, 2016. — С. 272–278.
13. Красовская Е. В. Инновационный медийный кластер: объединяя школьников, студентов и журналистов-практиков / Е. В. Красовская // Век информации. — 2019. — Т. 7. — № 2. — С. 37–41.
14. Баранова Е. Инновационный медиакластер как один из «брендов» Гродненской области / Е. Баранова, О. Котова // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: стан, праблемы і перспектывы: мат-лы Рэсп. навук.-практ. канф. — Мінск, 2019. — С. 4–6.
15. MEDIADOM. Новый формат знаний. — Режим доступа: <http://mediadom.grsu.by> (дата обращения: 12.07.2019).
16. Василёвкіна Т. Работа на созидание / Т. Василёвкіна // Гродзенская праўда. — 2016. — 3 жніўня. — С. 4.
17. Справочно-аналитическая информация о деятельности отрасли СМИ и печати в 2016 году / Министерство информации Республики Беларусь. — Минск, 2017.

Белорусский государственный университет
Красовская Е. В., старший преподаватель кафедры
медиаологии
E-mail: el.krasovskaya@yandex.ru

Belarusian State University
Krasovskaya E. V., Senior Lecturer of the Mediology
Department
E-mail: el.krasovskaya@yandex.ru