Ирина Ивановна КАРПЕНКО

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КОНВЕРГЕНЦИЯ КАК НОВЕЙШАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ СМИ НА БЕЛГОРОДСКОМ МЕДИАРЫНКЕ

Стратегическая конвергенция является одной из моделей управления средствами массовой информации. Наиболее успешно данный тип конвергенции реализуется на примере муниципальных средств массовой информации. В Белгородской области на сегодняшний день реализуется единственный в России проект по созданию системы стратегического контентного управления СМИ – «Ольха». Проект наглядно демонстрирует возможности стратегической конвергенции для современных медиа.

Ключевые слова. *Стратегическая конвергенция, конвергенция, стратегия, Белгородский медиарынок, региональная пресса, СМИ, модель управленческая, региональная пресса, журналистика, медиарынок.*

Irina I. KARPENKO

STRATEGIC CONVERGENCE AS THE NEW MODEL OF MANAGEMENT OF THE MEDIA ON BELGOROD MEDIA MARKET

Strategic convergence is one of the models of media management. The most successful type of convergence is realized on the example of municipal mass media. In the Belgorod region is being implemented unique project to create a system of strategic content management of the media – «Alder». The project demonstrates the possibilities of strategic convergence for modern media.

Key words. *Strategic convergence, convergence, strategy, Belgorod media market, regional press, media, management model, regional press, journalism, media market.*

В современной медиасфере конвергентные процессы проходят на всех уровнях функционирования средств массовой информации: они связаны с изменениями в организационных формах бытования СМИ, трансформациями в каналах распространения медийной информации, в типологических характеристиках медиа, жанровой палитре и формах репрезентации медиаконтента. Однако сегодня конвергенция в медийной среде выходит далеко за эти рамки. Интересным, показательным и, более того, уникальным, на наш взгляд, является опыт реализации стратегической конвергенции в медиасреде на базе муниципальных районных СМИ белгородского региона.

Так что же такое стратегическая конвергенция и чем она отличается от уже известного и понятного современному исследователю медиа типа – организационной конвергенции? Организационная конвергенция представляет из себя различные объединяющие процессы в медиасреде и понимается как системные магистральные изменения в структуре, функционировании и других сферах деятельности массмедиа. Организационная конвергенция направлена на расширение границ влияния на рынке и заключается «в слиянии как внутри одного сектора экономики, так и в различных сегментах рынка», в объединении медиасектора с телекоммуникационными секторами, а также в возможности «производства бытовой техники или информационных технологий» (Карпенко 2013: 192 – 193).

В отличие от организационной стратегическая конвергенция не затрагивает организационные структуры СМИ, на которые производится влияние, но встраивает данные СМИ в общие проекты реализации поставленных целей, включающих комплекс мер по их достижению.

Стратегическая конвергенция – процесс вовлечения средств массовой информации в реализацию созидательных проектов, направленных на изменения в управленческой и контентной политике СМИ, без изменений в их организационной структуре.

Любые примеры стратегической конвергенции так или иначе ставят своей целью проведение реформ к положительным изменениям в работе средств массовой информации: переведение СМИ на самоокупаемость, увеличение доходности медиа, расширение аудитории, изменения визуально-графической модели издания с целью повышения его аттрактивности, трансформация информационной политики, изменение или оптимизация формата издания и др.

Стратегическая конвергенция – сложно реализуемая модель управления СМИ, так как подразумевает под собой единый центр управления, от которого исходят инициативы, который просчитывает риски и устанавливает правила. Именно по этой причине реализация модели стратегического управления в разных средствах массовой информации целесообразна либо в холдингах и корпорациях, если речь идет о коммерческих независимых СМИ, либо в муниципальных, если инициатива исходит от государства. В белгородском регионе был найден свой уникальный путь.

В конце 2016 г. инициативной группой была выдвинута идея по созданию коммерческой организации – «Консалтинговое агентство социального мониторинга и массовых коммуникаций», которое в последствие по заказу администрации Белгородской области стало реализовывать проект «Ольха» – систему стратегического контентного управления СМИ.

Анализируя тенденции современного медиарынка создатели проекта делали акцент на том, что охват аудитории печатной прессой с каждым днем сокращается, тем более, когда речь идет о прессе региональной, «потребляемой», в первую очередь на бумаге. Согласно исследованиям ФРИП для российских районных газет средний тираж составляет примерно 4000 – 5000 экземпляров, поэтому акцент на использование интернет-технологий в работе районной прессы может поспособствовать местным изданиям «охватить ту часть аудитории, которая не хочет читать газету на бумаге, но живо интересуется местными новостями и проблемами. А также позволит расширить географию своего распространения и влияния» (Эффективные модели…2008: 163).

Факторами, влияющими на сокращение потребления аудиторией печатной информации выступает, в первую очередь, старение аудитории региональных СМИ, а также широкое распространение Интернета. С подобным сокращением бумажного потребления в практике региональной Белгородской прессы остается незанятым цифровое потребление информации данного типа СМИ. Наряду с этим количество пользователей Интернета растет с каждым днем. Таким образом данная аудитория

оставалась неохваченной районными изданиями. Это объективные факторы, которые заставили задуматься о необходимости цифровизации районной прессы, расширения ее потребления, охвата аудитории, базирующейся в глобальной сети и не допущения того, чтобы «муниципальная пресса, не способная догнать по интерактивности и открытости Интернет», теряла наиболее активную и экономически успешную аудиторию (Касютин 2013: 72).

Стоит отметить, что на момент запуска проекта районные издания уже были представлены в интернет-среде, однако, их состояние можно было оценить как проблемное: многие из сайтов редакциям не принадлежали, не являлись зарегистрированными средствами массовой информации, нерегулярно наполнялись, имели большое количество технических ошибок и пр.

Данная управленческая модель была реализована на базе системы районных муниципальных средств массовой информации. Именно организационная форма вовлеченных в проект СМИ стала во многом залогом успешности реализации проекта, так как правительство области и администрации районов, являясь наряду с редакцией соучредителями каждого из СМИ, также имели возможность влиять на принятие управленческих решений.

Цель данного проекта состояла в создании качественных сетевых СМИ муниципального уровня, которые были бы высоко профессиональны как с позиции качества производства контента, так и с позиции его потребления.

Федеральными СМИ на сегодняшний день уже сформированы стандарты подачи материалов в интернет-среде. Одной из сложностей при планировании данного проекта была проблема ориентации на эти стандарты. Поэтому при разработке структуры будущего программного обеспечения для сайтов учитывался тот факт, что ресурсы, создаваемые на данной платформе, должны отвечать всем современным требованиям интернет-СМИ: оптимизация ресурсов под поисковые системы, интеграция сайтов с социальными сетями, понятная и простая навигация внутри ресурса, верстка, рубрикация, формирование архива, смысловые взаимосвязи публикаций, адаптивный дизайн, гибкая блочная система верстки, интерактивные формы взаимодействия с аудиторией и пр.

Другим важным фактором стала попытка монетизации работы созданных интернет-ресурсов в части размещения рекламных модулей, интернет-подписки, автоматизированного размещения объявлений, систем электронной оплаты услуг редакций, заключение электронных договоров и пр.

Поэтапная реализация проекта «Ольха» заняла от момента зарождения идеи до полной ее реализации полтора года, что, в рамках идей проектного управления, достаточно малый срок:

1-й этап (конец 2016 г. – начало 2017 г.) – разработка идеи;

2-й этап (март 2017 г.) – создание агентства, оформление технических заданий, поиск исполнителей;

3-й этап (май 2017 г.) – проработка правовых аспектов реализации проекта, учреждение и регистрация интернет-СМИ;

4-й этап (сентябрь 2017 г.) – запуск первых сайтов в рамках проекта

«Ольха» – «Призыв 31» (Борисовский район), «Валуйская звезда 31» (Валуйский район), «Газета-Заря 31» (Алексеевский район);

5-й этап (апрель 2018 г.) – запуск всех ресурсов на новых доменах.

На сегодняшний день в создано 20 интернет-ресурсов районных СМИ: сетевые издания «Призыв 31» (Борисовский район), «Валуйская звезда 31» (Валуйский район), «Ясный ключ 31» (Корочанский район), «Красное знамя 31» (Шебекинский район), «Газета-Заря 31» (Алексеевский и Красненский район), «Приосколье 31» (Чернянский район), «Родной край 31» (Грайворонский район), «Ивня онлайн» (Ивнянский район), «Знамя труда 31» (Красногвардейский район), «Просторы 31» (Губкинский городской округ), «Оскольский край» (Старооскольский городской округ), «Вперед Новооскольская газета» (Новооскольский район), «Новое время 31» (г. Губкин), «Прохоровские Истоки» (Прохоровский район), «Наша жизнь 31» (Ракитянский и Краснояружский район), «Пламя 31» (Вейделевский район), «Красный Октябрь 31» (Волоконовский район), «Ровеньская нива» (Ровеньской район), «Знамя 31» (Белгородский район) и «Победа 31» (Яковлевский район).

Суть проекта «Ольха» заключалась в создании специалистами АНО «Консалтинговое агентство социального мониторинга и массовых коммуникаций» и ауторсинговыми компаниями на базе муниципальных печатных изданий сетевых СМИ системы управления сайтами средств массовых информации. Результатом проекта стала разработанная адаптивная система «конструктора сайтов, которая позволяет редакциям с помощью широкого набора готовых модулей и шаблонов создать современное, отвечающее всем стандартам интернет-журналистики СМИ. Данная система не требует от журналистов и редакторов навыков web-программирования. Пользователю интуитивно понятного интерфейса достаточно занести ключевые части текстового и иллюстративного материала в специально обозначенные поля и выбрать тип публикации, а система сама определит формат его отображения для читателя на основе проработанных специалистами шаблонов.

Особое внимание разработчики уделили созданию простой и удобной навигации, для чего разработана уникальная система рубрикации материалов. Модульная сетка и адаптивная вёрстка сайта позволяет пользователям читать их любимое издание на планшетах и мобильных устройствах, не теряя все функциональные возможности, доступные пользователям персональных ПК» (Система управления СМИ, http).

Таким образом инициативной компанией был сделан акцент, прежде всего, на визуально-графическое оформление вновь разработанных интернет-СМИ.

Однако проект «Ольха» направлен также на оптимизацию контентной политики районных СМИ Белгородской области. На сегодняшний день «Консалтинговое агентство социального мониторинга и массовых коммуникаций» выступает в деятельности данных медиа своего рода модератором: регулирует соблюдение формата издания, контролирует информационные потоки с областным новостным контентом, частично занимает рекламные блоки на страницах сайтов значимой для области информацией, модерирует техническую работу ресурсов, регулирует

правовые отношения редакций и др.

Юридически данные вновь созданные сайты являются самостоятельными СМИ, однако, для соблюдения правовых аспектов в части размещения официальной политической информации, правительство области является их соучредителем. Объем данного контента составляет порядка 20 % от общего ежедневного объема, размещаемого на страницах каждого из двадцати сайтов, что, наряду с другими аспектами взаимодействия, оговаривается в соглашении, заключенном между соучредителями – правительством области и редакцией. Тем не менее, все редакции по-прежнему остаются самостоятельными юридическими организациями и ведут собственную финансовую деятельность.

В ходе реализации проекта в части кадровых изменений оптимизаций, направленных на усечение кадрового состава, не производилось. Напротив, в общую сумму субсидий, направленных на развитие и текущую деятельность редакций, была включена сумма для перераспределения на нужды заработной платы для еще одной штатной единицы – контент-менеджера сетевого информационного ресурса. В должностные обязанности данного сотрудника входит оптимизация информационных сообщений, создаваемых корреспондентами редакций для печатных СМИ, к условиям интернет-коммуникации. Не все редакции, на которые распространяется проект «Ольха», включили подобную единицу в свой штат. По этой причине для ведущих сотрудников (ответственных секретарей, главных редакторов, ведущих корреспондентов) консалтинговым агентством совместно с факультетом журналистики НИУ «БелГУ» были организованы курсы повышения квалификации «Интернет-технологии в работе редакций СМИ», а также ряд семинаров, проводимых как самими сотрудниками консалтингового агентства, так и известными приглашенными медиатренерами (В. Касютин), помогающими разобраться сотрудникам районных СМИ в работе новой информационной системы.

Как в случае начала ведения любого бизнеса, запуск сложной, многоуровнейвой системы управления сайтами районных газет Белгородской области не обошелся без просчета рисков. К числу аспектов, которые оценивались как проблемные на первых стадиях «Ольхи», относились:

– внутриредакционное ментальное сопротивление, которое, по мнению авторов проекта, базировалось как на технических моментах реализации проекта, так и на организационных;

– возрастные барьеры перед освоением новых программных продуктов;

– отход от привычных норм и стандартов при создании журналистских текстов;

– дефицит квалифицированных кадров, способных работать с новыми информационными технологиями в условиях районной прессы и многие другие.

С целью снижения рисков и создания благоприятных условий для реализации проекта «Ольха» в масштабах всей области, риски прорабатывались детально на рабочих группах редакторов, которые были готовы реализовывать программу без дополнительных временных и

кадровых издержек, к таким относились издания Борисовского и Валуйского районов – газеты «Призыв» и «Валуйская звезда», «Приосколье» (Чернянский район).

С установленными в начале реализации проекта рисками агентство справлялось планово и поэтапно: используя образовательные технологии; введя в штат агентства группу сотрудников для контентной поддержки ресурсов и консультативной помощи сотрудникам редакций.

На сегодняшний день данный проект можно считать реализованным, так как все двадцать ресурсов не просто работают самостоятельно, но и постепенно повышают доходы от ведения коммерческой деятельности в Сети, увеличивают посещаемость сайтов, успешно продвигаются в агрегаторах и поисковых системах, расширяют аудиторию в социальных сетях. Единственной проблемой пока остается, фигурально выражаясь, «борьба с самим собой»: старые версии сайтов по-прежнему существуют в Интернете как брошенные страницы и по причине того, что их сетевая история насчитывает уже более восьми лет, по-прежнему индексируются поисковыми системами, что создает путаницу для тех, кто ищет информацию районного масштаба через прямые поисковые запросы. Однако авторами «Ольхи» эта проблема не считается важной, так как большая часть аудитории Интернета получает информацию через агрегаторы, новостные дайджесты и социальные сети – именно на эти каналы входа делается акцент в развитии новых информационные ресурсов районной прессы Белгородской области.

Достигнутые результаты, однако, ставят перед создателями новые задачи, что настраивает на долгосрочную реализацию проекта «Ольха»: дальнейшее расширение аудитории ресурсов, работа над качеством информационного контента, повышение заинтересованности редакторского состава и коллективов СМИ в развитии сетевых изданий. В числе долгосрочных перспектив в рамках стратегической конвергенции уже достаточно успешно реализованной «Консалтинговым агентством социального мониторинга и массовых коммуникаций» работа, выходящая за рамки сетевых интернет-СМИ: компания ставит своей целью изменение композиционно-графической модели муниципальных печатных СМИ Белгородского региона; перевод всех участвующих в программе изданий на еженедельный формат; внесение в контентную и редакционную деятельность СМИ изменений, направленных на переориентацию изданий в потребительско-ориентированные СМИ; создание в районах полноценных конвергентных редакций. Данный проект находится на сегодняшний день на стадии реализации.

На сегодняшний день «Ольха» является пока что единственным в России примером реализации стратегической конвергенции в части управления сетью удаленных и независимых друг от друга СМИ. Само собой разумеется, что успешность реализации данного проекта полностью зависела от наличия у всех включенных в проект СМИ единого соучредителя – правительства Белгородской области. Однозначно ответить на вопрос, возможно ли проводить подобные реформы в коммерческих СМИ, где нет единого довлеющего цента, ответить сложно. Единственным условием, которое должно быть соблюдено – желание редакций принять тенденции

стремительно меняющегося мира. Можно бесконечно спорить о том, позитивные ли это тенденции или они меняют журналистику, обезличивая ее, вульгаризируя и обесценивая, однако, тенденции эти неминуемы, так как они устанавливают правила современной медийной коммуникации.

Список литературы:

Карпенко И.И. Конвергенция в медиасреде: понятие и типы // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. 2013. – № 13 (156). Выпуск 18. С. 190 – 194.

Касютин В. Судьба региональной прессы // «Журналистика и медиарынок». № 04. 2013. С. 66-73.

Система стратегического контентного управления СМИ // Консалтинговое агентство социального мониторинга и массовых коммуникаций. Режим доступа: http://bel-consulting.ru/cases/9-media-management-system

Эффективные модели региональной и муниципальной прессы. Том 3. М. Издательский дом «Хроникер». 2008. 262 с.

Карпенко Ирина Ивановна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород), karpenkoirina@bsu.edu.ru