

УДК 338.22

Р. В. Ковязин

Тюменский государственный университет,
г. Тюмень, Россия

R. V. Koviazin

Tyumen State University,
Tyumen, Russia

АНАЛИЗ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНЫХ МЕДИА В КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ НА ПРИМЕРЕ СТУДИИ ПОДКАСТОВ «ПОСЛУШАЙТЕ!»

В статье проводится анализ положения креативной экономики в России как фактора для развития молодежных медиапроектов. В качестве примера была приведен разбор финансового устройства студии подкастов «Послушайте!»

Ключевые слова: креативная экономика, медиа, молодежь, грант, подкаст

ANALYSIS OF CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF YOUTH MEDIA IN THE CREATIVE ECONOMY: FOR EXAMPLE, THE STUDIO OF THE PODCAST “LISTEN TO ME!”

The article analyzes the position of the creative economy in Russia as a factor for the development of youth media projects. As an example, an analysis of the financial structure of the podcast Studio “Listen to me!” was given.

Keywords: creative economy, media, youth, grant, podcast

Креативная экономика становится одной из главных тем на повестке дня среди политических деятелей. Так, первый заместитель руководителя администрации президента С. Кириенко заявил, что «мир стремительно меняется, и экономика из ресурсной превращается в экономику знаний и креатива» [1]. Мэр Москвы Сергей Собянин подчеркивает: «креативная индустрия практически догнала по своим объемам и количеству работающих обычную, классическую промышленность Москвы, которая представлена значительными предприятиями» [2]. Рост креативной экономики вносит вклад в экономический рост страны и способствует появлению инновационных продуктов.

Вслед за активным ростом креативной экономики и общей доступностью технологий активно растет и развивается индустрия развле-

чений и СМИ (по итогам 2016 г. общий объем индустрии составляет 1,8 трлн долл., а среднегодовой темп ее роста составляет 4,2%) [3]. С развитием индустрии появляются различные молодежные медиа.

С этим связана и широкая образовательная, менторская и грантовая поддержка как со стороны государства (Росмолодежь, Фонд президентских грантов), так и со стороны предпринимателей (программа «Бизнес-класс» от *Google* и «Сбербанка». Экономическая выгода для обеих сторон колоссальна: для государства это развитие малого предпринимательства в стране [4], для бизнеса — использование сервисов компаний в дальнейшем (реклама, банкинг и др.), а также повышение общей лояльности к бренду.

И государство, и бизнес понимают, что влияние миллениалов и зуммеров на современный коммерческий рынок (особенно онлайн) становится колоссальным, поэтому всячески пытаются участвовать в этом поле.

Помимо роста самого рынка постепенно меняются и сами условия существования на нем: медиапространство становится более глобализованным, а аудитории делятся на небольшие сегменты.

Также немалую роль для плодотворного развития играет и сама среда, локация. Офис зачастую снимать дорого, работать из дома приемлемо не для всех, а возможность разместиться в уютных пространствах вуза есть не у каждого. В последние годы стали появляться коммерческие коворкинги — пространства для фрилансеров и стартап-команд, основой которых является идея совместного офиса. Другое нововведение — особый тип креативных пространств, помогающий молодым инициативным ребятам реализовывать свои идеи, — креативные кластеры. Как правило, под них перестраивают, ремонтируют и реорганизуют полузаброшенные знаковые здания со своей историей [5]. Самый известный креативный кластер в Москве, ориентированный на медиаспециалистов, — *Flacon*.

Немаловажно, что похожие креативные кластеры стали появляться и в регионах: центр креативных практик «Дом Маклецкого» (Екатеринбург, Свердловская область), мультицентр «Контора пароходства» (Тюмень, Тюменская область) и т. д. Примечательно, что оба пространства — уральское и тюменское — открылись в 2019 г. На таких пространствах оказывают информационно-менторскую (а зачастую и финансовую) поддержку, здесь можно удобно разместиться одному или командой для комфортной работы в творческой атмосфере (в некоторых случаях могут предоставить собственное помещение

для резидентов), провести свою арт-выставку или мероприятие. Такой тип пространств является уникальным для современной конъюнктуры экономического развития, в т. ч. медиасреды. Такие кластеры особенно способствуют развитию инициатив в области медиа.

Говоря о новых и перспективных способах коммуникации с аудиторией в медиасреде, отдельно стоит выделить подкасты.

Каждый четвертый пользователь интернета в России слушает подкасты раз в месяц и чаще; выше доля в Москве и крупных городах. Основная аудитория — это молодежь и представители среднего класса до 44 лет [6]. Преимущество подкастов заключается в более дешевом производстве, чем других типов контента (например, видео или интерактивных игр), при этом 80–90 % слушателей подкастов дослушивают их до конца [7].

Сам рынок в мире растет на 25–30 % ежегодно [8]. Следствием этого является то, что аудитория подкастов становится больше, а также то, что в этот вид медиа вкладывается все больше денег: в них инвестируют такие техногиганты, как *Google*, *Apple*, «Яндекс», выступают в качестве спонсоров выпусков крупные бизнесы. Летом 2020 г. в России был проведен первый онлайн-фестиваль подкастов «Слыш», на котором эксперты в мире подкастов делились знаниями и опытом об их создании и внутренней работе со слушателями фестиваля.

В качестве примера одной из таких медиаинициатив приведем студию подкастов «Послушайте!», реализованную в креативном кластере «Дом Маклецкого».

В аспектах финансирования и монетизации проекта у А. Козлова — автора проекта — сложилась необычная история. Изначально ему, выпускнику магистратуры направления «Медиакоммуникации» УрФУ, пришла в голову идея реализовать проект «Городская редакция» (как раз на фоне реконструкции самого «Дома Маклецкого») — площадку, направленную на объединение блогов и микро-СМИ Екатеринбурга (небольших СМИ, которые делаются командой из 2–5 человек и держатся скорее на энтузиазме, не имеют широкой аудитории и посвящены локальной повестке), а также для организации общественного диалога, помощи людям в решении их проблем. Козлову порекомендовали друзья подать заявку на грант от Росмолодежи. Он отнесся скептически, не особо надеясь на победу, но все же подал заявку — и выиграл. Так, благодаря государственной поддержке медиапроектов в Екатеринбурге зародилась новая творческая площадка.

Со временем грантовый ресурс истощился, а вскоре грянула и пандемия со всеми ее ограничениями. Проект перепрофилировался в студию подкастов «Послушайте!» — самостоятельную платформу, на базе которой выходят авторские подкасты о бизнесе, психологии, экологии, урбанистике, архитектуре и др. Несмотря на то что в настоящее время аудитория сегментируется как никогда прежде, студия занимается продюсированием как собственных шоу, так и помогает другим подкастам искать рекламодателей. Сейчас студия целиком переключилась на работу по рекламной модели, используя коммерческие интеграции, не обращаясь к грантовой помощи.

На наш взгляд, будущее медиаиндустрии не только в руках крупных холдингов, но и за такими небольшими медиа-стартапами, реализованными молодыми энтузиастами, которые выросли в *digital*-среде и понимают, что востребовано. Также все большую роль играет точечная поддержка: снижается зависимость от крупных инвесторов — финансирование теперь нередко обеспечивается за счет таких доступных форм, как краудфандинг, донейшн, грант государства, некоммерческих и коммерческих организаций. Сами молодежные медиа, в т. ч. микро-СМИ, ориентируются на интересы как самого пользователя, так и общества в целом. Это касается и самого контента на медиаплощадках, и реализуемых через них рекламных интеграций, ведь в ситуации парадокса разнообразия аудиторию невозможно контролировать, ее возможно только завоевывать.

Литература

1. Кириенко: Россия обладает конкурентными преимуществами для развития креативных индустрий [Электронный ресурс] // ТАСС. 2020. 24 окт. URL: <https://tass.ru/obschestvo/9806831> (дата обращения: 21.11.2020).
2. Креативная индустрия столицы: как развиваются творческие пространства города [Электронный ресурс] // Офиц. портал Мэра и Правительства Москвы. 2019. 10 апр. URL: <https://www.mos.ru/mayor/themes/3299/5563050/> (дата обращения: 21.11.2020).
3. Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2017–2021 годы. Ключевые тенденции мирового и российского рынков [Электронный ресурс] // PwC. 2017. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/outlook2017.html> (дата обращения: 21.11.2020).

4. Национальный проект Малое и среднее предпринимательство [Электронный ресурс] // Национ. проекты России. 2020. URL: <https://национальныепроекты.рф/projects/msp> (дата обращения: 21.11.2020).
5. Creative Clusters. Что такое творческие кластеры и нужны ли они Москве. Серия репортажей от сайта Look At Me [Электронный ресурс] / под ред. Л. Нуряевой // The Village. 2009. 19 нояб. URL: <https://www.the-village.ru/city/public-space/77523-kreativnye-klastery> (дата обращения: 21.11.2020).
6. Исследование. Подкасты: аудитория, рейтинги подкастов и подкастеров [Электронный ресурс] // Tiburon Research. 2020. 19 февр. URL: <https://tiburon-research.ru/cases/issledovanie-podkasty-auditoriya-reytingi-podkastov-i-podkasterov> (дата обращения: 21.11.2020).
7. The Podcast Consumer 2018 [Electric resource] // Edison Research. 2018. 19th of Apr. URL: <https://www.edisonresearch.com/podcast-consumer-2018/> (date of access: 21.11.2020).
8. Stewart D., Casey M., Wigginton C. The ears have it: The rise of audiobooks and podcasting. TMT Predictions 2020 [Electric resource] // Deloitte. 2019. 9th of Dec. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions/2020/rise-of-audiobooks-podcast-industry.html> (date of access: 21.11.2020).