

**Секция «Инновационная экономика и эконометрика»**

**Региональные СМИ и центры трансфера технологий в инновационном  
проекте Республики Беларусь**

***Петроченко Анна Геннадьевна***

*Аспирант*

*Белорусский государственный университет, Факультет журналистики, Минск,  
Беларусь*

*E-mail: hanna.petrachenka@gmail.com*

Инновационный информационный климат в региональной коммуникации подразумевает наличие механизма, интегрирующего ресурсы научных открытий, технических разработок, сферы внедрения их в массовое производство через СМИ с гражданами, которым в конечном счете адресован продукт инновационной деятельности (далее – ИД). В инновационной инфраструктуре за сегмент распространения информации отвечают центры трансфера технологий (далее – ЦТТ). Информация об инновации в данном случае является открытой, однако часто направлена узкой группе «читателей» (инвестору, предприятию, научной организации), потому содержит специфическую лексику. Отсутствие комментариев экспертов, иллюстраций, статистики, а также научный стиль изложения препятствуют журналистам в переработке материала для создания публицистического текста. Современные региональные СМИ Беларуси в рамках ИД являются площадкой, способной раскрыть для широкой общественности суть научно-производственного процесса в условиях становления и укрепления экономики знаний в Беларуси. Существует потребность в создании службы адаптации такой информации для неподготовленного потребителя в структуре региональных ЦТТ, назовем ее медиacentром. Региональные ЦТТ – филиалы Республиканского ЦТТ, они работают с проектами ГПИР на региональном уровне. Коммуникация региональных ЦТТ с локальными СМИ будет способствовать укреплению позиций инновационных стратегий ГПИР на мезоуровне, формированию инновационного сознания у граждан этого региона. Положение о создании медицентра в структуре ЦТТ актуально и потому, что блок инновационной информации для широкого доступа представлен сегодня в основном (исключение – сообщения информационных агентств) специализированными сайтами со слабой системой продвижения в интернет-среде.

Региональные масс-медиа являются особым сегментом в национальной системе СМИ, создающие реальную детальную информационную картину в конкретном экономико-административном регионе. Для измерения коммуникационных связей региональных СМИ с субъектами инновационной инфраструктуры был взят банк данных перспективных научно-технических идей и проектов, который функционирует на базе Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь ([www.belarus-project.by](http://www.belarus-project.by)). Во вкладке «Инвестиционные предложения» по Бресту и Брестской области помещены 107 таких предложений. На периодичность обновления сайта указывают даты опубликования последних инвестиционных объявлений: большинство из них датированы 2011 годом, что делает предложения в 2013 году устаревшими, исходя из классических правил оперативности в журналистике. Предмет всех сообщений заключен в поиске инвесторов в разных сферах – от внедрения биогазовой установки (предложение №107) и создания предприятия по производству элементов для солнечных батарей

(предложение №44) до организации цеха по розливу минеральной воды (предложение №79) и добычи и комплексной переработки залежей сапропелей (предложение №91). Из 107 предложений, озвученных на портале [www.belarus-project.by](http://www.belarus-project.by), региональная газета «Вечерний Брест» осветила за 2010-2012 гг. 12: среди них строительство супермаркета «АЛМИ» в Пинске, возможность возведения комплекса «Александрия» на территории, примыкающей к Брестской крепости, строительство логистического центра в Пинске. Очевидно, что выбранные журналистами темы относятся больше к строительной отрасли. Инновационному блоку характерны освещенные в «Вечернем Бресте» модернизация склада бестарного хранения сырья на Жабинковском сахарном заводе, строительство мусороперерабатывающего завода в Бресте, создание предприятия по производству упаковки в Бресте и др. Однако, с точки зрения журналистики, многие темы представляют не только инновационный и/или инвестиционный интерес, но и социальный. Например, предложение о реконструкции пустующих пионерских лагерей можно рассмотреть в ключе организации государством детского отдыха и судьбы неиспользуемых зданий (в списке проектов – создание эколого-туристического центра на базе бывшего пионерского лагеря «Горынь», предложение №11).

Основные задачи, стоящие перед медиацентрами в структуре региональных ЦТТ, сводятся к сбору, обработке, сортировке информации, обеспечению доступа к базам данных СМИ через регулярную рассылку актуальных сообщений об инновациях представителям региональных масс-медиа и своевременному обновлению интернет-страниц ЦТТ, а также обеспечению обратной связи для ведения статистики о качественных и количественных характеристиках выпускаемых информационных продуктов и специфике их распространения в региональных СМИ. Для успешного построения и функционирования медиацентра в структуре ЦТТ предлагаются следующие критерии выбора инноваций для дальнейшего распространения информации о них средствами массовой информации: социально-экономическая необходимость, идеологическая целесообразность, уникальность предложения на мировом рынке, простота структуры, быстрая финансовая отдача, возможность совершенствования разработки, универсальность, возможность многократного использования информации этим и другими ЦТТ. Медиацентры не могут работать автономно, т. к. производство информации об инновациях требует использования соответствующих знаний и навыков, накопителями которых являются ЦТТ. Интеллектуальная обработка специализированной информации продлевает жизненный цикл информации об инновациях, делая ее доступной широким массам через СМИ. Программное обеспечение, которым располагают ЦТТ, позволит структурировать данные, быстро находить запрашиваемую журналистами информацию, выявлять факты, которые могли бы быть интересными общественности, четко реагировать на текущие общественные запросы, формировать рассылки, оценивать эффективность выполненных журналистских заданий, устанавливать новые деловые контакты, определять тематический спектр, способствующий формированию инновационного сознания у региональной аудитории.

Региональные медиацентры должны пониматься как ресурс, способствующий качественному инновационному развитию страны, активно участвующему в формировании нового типа сознания у граждан. Создание медиацентров в структуре ЦТТ позволит данным субъектам инновационной инфраструктуры обеспечивать местные СМИ инновационными сообщениями, что позволит широкой общественности регулярно потреб-

*Конференция «Ломоносов 2013»*

лять инновационный контент и будет способствовать формированию инновационного типа мышления.