

Анна ПОПОВА

Журналисты, политики и общественные деятели обсудили будущее общего информационного пространства и как привлечь внимание молодежи.

Два дня участники секции, посвященной реалиям и перспективам общего инфополя Союзного государства, говорили, как максимально эффективно взаимодействовать федеральным и региональным СМИ, как найти новые подходы к освещению союзных программ и интеграционных процессов, чтобы эта тема стала интересна самой широкой аудитории.

ОТ ДОБРОГО СОСЕДСТВА К БРЕНДУ

Председатель Комиссии по информационной политике Парламентского Собрания Андрей Наумович, открывая дискуссию, заговорил о системном подходе - именно благодаря ему союзные СМИ совершили заметный качественный прорыв. Так, например, был найден серьезный партнер - издательский дом «Комсомольская правда». Газета «Союзное вече» распространяется общим тиражом свыше трехсот тысяч экземпляров во всех регионах России вместе с «Комсомолкой» - самой массовой газетой.

Союзные СМИ проделали большой путь. Мы уделяем серьезное внимание изучению региональных изданий: как в них освещается строительство Союзного государства. В 2019 году планируем довести до логического завершения решение о конкурсе региональных средств массовой информации.

Много говорили о необходимости создания общего информационного пространства. Доцент кафедры периодической печати факультета журналистики Белорусского государственного университета Вадим Елфимов считает, что СМИ

НЕ ЗАКРУЧИВАЙТЕ ГАЙКИ, ЛУЧШЕ СТАВЬТЕ ЛАЙКИ!

двух стран могут работать в едином ареале.

Наше информационное пространство может стать своего рода центром притяжения как для самих СМИ, так и для читательской аудитории, - считает он. - Причем выгода в этом есть не только медийная, но и коммерческая. Главное, такой портал может стать двигателем нашего объединения.

Важно и то, что создание подобного проекта повлечет за собой изменения в профессиональной подготовке - ведь журналисты России и Беларуси должны хорошо ориентироваться в реалиях друг друга. В качестве эффективных мер по привлечению аудитории Елфимов предложил создать не только союзный портал, но также Союзную школу молодого журналиста:

Все эти усилия должны способствовать тому, чтобы Союзное государство стало мечтой для молодежи. А почему бы нет?

Сегодня нередко российские события в Беларуси и белорусские в России освещаются неравноценно. СМИ сосредоточены на освещении национальных политик, не принимая в расчет союзный ракурс подачи материала. Разве что важные даты и события - День единения народов Беларуси и России, заседание Высшего Госсовета - исключение. Пришло время сделать Союзное государство еди-

ным крепким брендом и продвигать его.

ПОБРАТИМСКАЯ ПОМОЩЬ

Представители региональных СМИ поделились с присутствующими опытом обмена информацией. По общему мнению, на местном уровне есть немало примеров успешного взаимодействия. Директор республиканского унитарного предприятия «Теле-

радиоконпания «Витебск», член Совета Республики Елена Пантюхова рассказала об успешном сотрудничестве витебских газет с изданиями Смоленска и Пскова, а телерадиоконпания - с региональными каналами.

Еще в 2016 году был подписан договор с ТРО, в рамках которого, например, состоялся проект «Дни городов». Мы с интересом следили за эфирами, посвященными Астрахани, Пензы, белорусским городам. День Витебска проходил как раз во время «Славянского базара», в День Союзного государства на фестивале. Поэтому мы включили в программу передачи о Витебске, Марке Шагале, - рассказывала она.

По ее словам, системной работы с российскими компаниями пока нет, но идет постоянное общение. Например, по линии побратимских городов.

Однажды к нам обратились поисковики из Санкт-Петербурга. Они обнаружили останки солдата из Беларуси, Сафрона Дорожкина. Хотели отыскать его родственников. Мы поехали в его родную деревню, расспросили ж и т е л ь . Оказалось, что там жила большая семья Д о р о ж к и н ы х : п я т е р о сыновей

ушли на войну. Никто не вернулся. Сделали телесюжет об этом, и буквально через пять минут после эфира позвонил племянник погибшего солдата. Он инвалид, не выходит из дома, но пристально следит за новостями. Так удалось выяснить, что у Сафрона Дорожкина остались дети, которые его много лет искали.

Или другой случай:

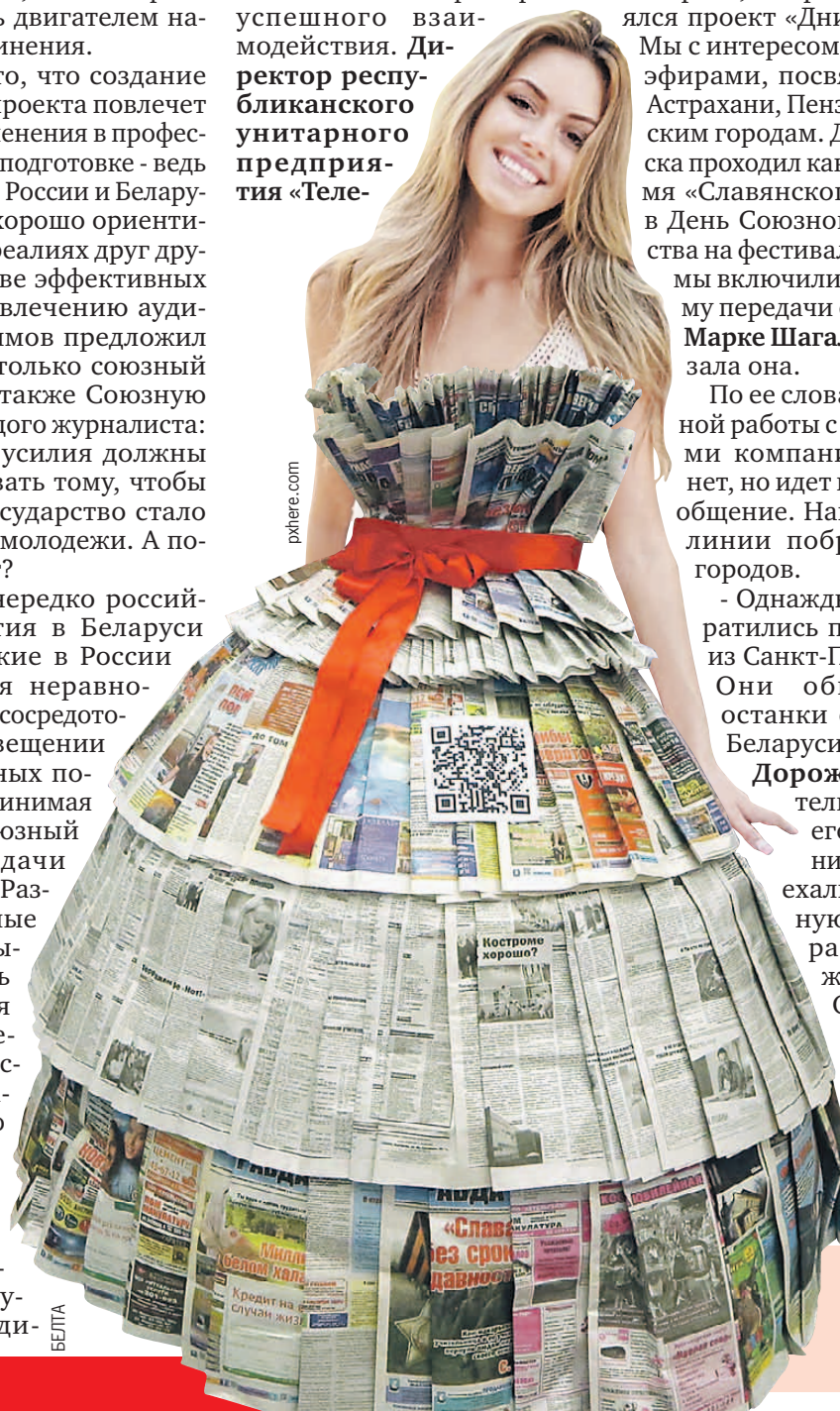
Недавно звонили коллеги из Ханты-Мансийского округа - там есть город-побратим Витебска - Белоярский. Местный телеканал попросил поддержать их конкурс видеороликов. Даже представить не могли, как много людей откликнется! - рассказывает Пантюхова. - Сделали большой прямой эфир, вручили призы победителям, передали запись в Белоярский. Было совершенно очевидно: люди сами хотят узнавать, что происходит в стране-соседке.

ПОСТОЯННО, А НЕ ЭПИЗОДАМИ

Обсуждали и новые каналы получения информации, которые необходимы, чтобы привлечь молодую аудиторию. Первый секретарь Центрального комитета Белорусского республиканского союза молодежи Дмитрий Воронюк обратил внимание на то, что сегодня в возрасте 11 - 25 лет лишь немногие читают газеты, подавляющее большинство предпочитает узнавать информацию из соцсетей. Он предложил привлечь участников Молодежной палаты при ПС к созданию образа Союзного государства в СМИ.

Участники форума пришли к выводу, что необходимо выработать систему всестороннего освещения жизни Союзного государства, грантов для СМИ и проектов в соцсетях, рассказывающих о жизни России и Беларуси, чтобы союзная тема звучала постоянно, а не возникала эпизодически - по крупным поводам.

На какие только меры не идут издатели, чтобы привлечь внимание широкой аудитории к печатным СМИ. Любой креатив в помощь.



ДОСЛОВНО

Андрей НАУМОВИЧ, председатель Комиссии ПС по информационной политике:

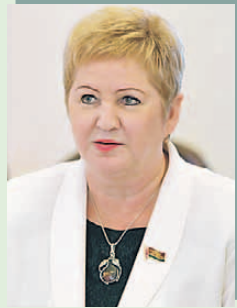
Это был живой разговор, обсуждались очень интересные темы. Как минимум четыре предложения показали достойными внимания, и если депутаты поддержат, мы готовы над этими проектами работать. Из явных проблем - сейчас на недостаточном уровне идет обмен информацией у региональных СМИ. Нужно наладить связи, создать эффективную корреспондентскую сеть. Решилась проблема распространения союзных СМИ благодаря партнерам. Но СМИ Союзного государства не должны стоять на месте, надо постоянно искать новые формы общения с читателем.



БЕЛТА

Светлана ГЕРАСИМОВИЧ, член Комиссии ПС по информационной политике:

Неоднократно анализировала, какую работу за эти годы проделали СМИ Союзного государства. Есть что обсуждать и над чем размышлять. Самое главное - нужно общаться с журналистами, со студентами факультетов журналистики, рассказывать о нашей интеграции. Так выстроить теле-, радиовещание, работу печатной прессы, чтобы народ живо интересовался новостями наших стран. Предоставить оперативную и точную информацию подчас бывает не менее важно, чем сделать вовремя операцию.



Владимир КОРОВИЦЫН

Александр КОРОВИН, председатель Комитета по выставочной деятельности при Торгово-промышленной палате Ставропольского края:

Продвижение Союзного государства именно как бренда идет не столь динамично, как хотелось бы. Поражает степень дремучей неинформированности населения об интеграции наших стран, не говоря уж о самом названии. Модернизация инфополя очень нужна. Хотелось бы больше видеть на ТВ и читать в прессе не только о славном прошлом, но и современные истории успеха, которые смогут мотивировать молодую аудиторию.



facebook.com