

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ НКО КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕМЫ МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СМИ

Андреева М. А. (Воронеж, Россия)

Аннотация: В статье изучается опыт реализации проекта «Школа медиакоммуникаций для этнокультурных НКО», реализованного в 2020 году в 12 городах Российской Федерации Гильдией межэтнической журналистики. Проект направлен на повышение медиаграмотности членов этнокультурных НКО и повышение (или приобретение) ими навыков сотрудничества со СМИ и продвижения своего контента в сфере медиа. Всего обучение прошли 160 человек, ими подготовлены и опубликованы более 170 материалов. В статье исследуются программа курса, его практическая значимость и итоги. Делается вывод о необходимости расширения опыта проекта на другие регионы Российской Федерации.

Ключевые слова: межнациональные отношения, СМИ, этнокультурные НКО, обучение, этно контент, медиа

MEDIA EDUCATION FOR ETHNOCULTURAL NGOs AS A TOOL TO PROMOTE THE THEME OF INTERNATIONAL RELATIONS IN THE MEDIA

Andreeva M. A. (Voronezh, Russia)

Abstract: The article examines the experience of implementing the project «School of Media Communications for Ethnocultural NGOs», implemented in 2020 in 12 cities of the Russian Federation by the Guild of Interethnic Journalism. The project is aimed at increasing the media literacy of members of ethnocultural NGOs and increasing (or acquiring) them the skills of cooperation with the media and promoting their content in the media. A total of 160 people were trained, they prepared and published more than 170 materials. The article examines the program of the course, its practical significance and results. It is concluded that it is necessary to expand the project experience to other regions of the Russian Federation.

Keywords: interethnic relations, media, ethnocultural NGOs, training, ethno content, media

Одной из значимых частей государственной программы «Реализация государственной национальной политики» является информационное сопровождение этой программы. Освещение темы межнациональных отношений в СМИ является социально значимым. Можно отметить прогресс в том, как в последние годы российские СМИ – и федеральные, и региональные – подходят к этой теме: растет число

материалов, становится более разнообразной их тематическая направленность, улучшается качество контента. Показательными являются итоги ежегодного Всероссийского конкурса средств массовой информации «СМИротворец» на лучшее освещение вопросов межнациональных и этноконфессиональных отношений. Так, еще в 2015 году его участниками стали 942 СМИ с числом работ чуть более 10 тысяч. В 2020 году в конкурсе участвовали 1378 СМИ и блогов, было представлено свыше 14 тысяч работ. Показательно, что в конкурсе появилась новая публикация «Блоги», это стало реакцией на интерес блогосферы к этноконенту.

Вместе с тем, тема межнациональных отношений остается для СМИ сложной. Журналисты не всегда могут увидеть потенциально интересный и важный инфоповод, до сих пор не так уж редко освещение этой темы сводится к «фестивально-праздничному формату». Как отмечают специалисты, одна из причин этого – не налаженный диалог между участниками этнокультурного сектора. Так, на Медиафоруме региональных и национальных СМИ, который прошел в Москве в 2019 году, председатель Ассамблеи народов России Светлана Смирнова акцентировала проблему отсутствия взаимопонимания между журналистским сообществом и НКО [1, с. 13]. Сложности есть с обеих сторон: представители национально-культурных организаций имеют довольно смутные представления о том, как работать в современном медиaprостранстве, как заинтересовать журналистов своими мероприятиями. В свою очередь, журналисты не всегда разбираются в сложной теме межнациональных отношений. В такой ситуации необходимо помочь сторонам найти общий язык. Сделать это могут образовательные проекты.

Одним из них стал проект Гильдии межэтнической журналистики «Школа медиакоммуникаций для этнокультурных НКО». Он начал свою работу в апреле 2020 года. Как заявляют сами организаторы, цель проекта – «научить пресс-секретарей и руководителей национально-культурных некоммерческих организаций азам общения с прессой и медиаграмотности» [2].

Проект работал при поддержке Фонда президентских грантов. Занятия проводились в 12 городах России: Астрахани, Барнауле, Екатеринбурге, Иванове, Йошкар-Оле, Москве, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Ставрополе, Сыктывкаре, Улан-Удэ, Ханты-Мансийске. Также к московской школе в дистанционном режиме присоединились две жительницы Нарьян-Мара.

Слушателями Школы стали представители этнокультурных НКО, их пресс-секретари или сотрудники, отвечающие за связи со СМИ,

сотрудники этнографических музеев, Домов Дружбы и народного творчества, муниципальные служащие, курирующие мероприятия по реализации государственной национальной политики.

Кураторами групп выступили практикующие журналисты – члены отделений Гильдии межэтнической журналистики. Во-первых, это способствует большей практической работе с контентом. Во-вторых, помогает узнать точку зрения «другой стороны» и на практике научиться общаться с журналистским сообществом.

Специально для «Школы медиакоммуникации для этнокультурных НКО» была разработана программа учебного курса. Ее авторами стали практикующие журналисты и пресс-секретари, а также преподаватели факультета журналистики Московского государственного университета. Программа рассчитана на два месяца занятий и включает в себя следующие пункты [3]:

1. Вводное занятие, тестирование слушателей.
2. Для чего НКО нужны журналисты? Формы коммуникации НКО и СМИ. ч. 1.
3. Формы коммуникации НКО и СМИ. ч. 2.
4. Грамотный пресс-релиз - от подготовки до распространения.
5. Формирование пресс-листа НКО, «вербовка своих» журналистов.
6. Презентация НКО.
7. Пул ньюсмейкеров от НКО – от тестирования к регулярной работе. Жесткие и мягкие информационные поводы.
8. Подготовка к интервью лидера /руководителей НКО.
9. Нужен ли НКО фотограф и видеограф?
10. Работа НКО в соцсетях.
11. Как НКО отслеживать информационный поток и встраиваться в него?
12. Презентация дипломных работ, финальное тестирование слушателей.

Особенность курса – максимальная практическая ориентированность. После изучения той или иной темы слушатели выполняли задания: искали и предлагали инфоповоды, составляли пресс-листы, писали и разбирали пресс-релизы, работали с соцсетями своих организаций, разрабатывали план пресс-мероприятия. Также проходили онлайн-встречи с группами из других регионов. На них участники обсуждали актуальные проблемы своей деятельности, делились наработками, завязывали рабочие связи. Кроме того, проводились экскурсии в редакции местных СМИ – для знакомства с их работой и налаживания контактов.

К началу курса Гильдия межэтнической журналистики выпустила пособие «Медиакоммуникации для этнокультурных НКО. Нескучное пособие от журналистов для пресс-секретарей». Его содержание полностью повторяет учебную программу курса и может служить основательным учебно-методическим пособием. Его особенность в том, что оно написано не специальным, научным языком, а понятным и доступным даже людям, достаточно далеким от журналистики. Помимо собственно учебной информации здесь приведены конкретные рекомендации. Например, под рубрикой «Не делайте так»: «Часто пресс-релизы от этнокультурных организаций приходят в последнюю минуту, можно сказать, перед началом мероприятий, в лучшем случае вечером накануне, да ещё и в выходной. То есть даже если журналист и захочет к вам прийти, ему уже будет крайне сложно перестроить свой график» [4, с. 7]. Все эти советы стали результатом многолетней практики общения и работы авторов-журналистов с пресс-секретарями различных организаций, а, значит, выверены временем и опытом.

В конце каждого раздела даны задания для закрепления усвоенного материала. Например, к теме «Формирование пресс-листа НКО, «Вербовка» своих журналистов» обучающийся получает такое задание: «Разделитесь на две группы. Пусть каждая из ваших групп напишет план пресс-релиза анонса. И попробуйте заинтересовать вторую группу своим мероприятием»; «Напишите пострелиз о последнем событии, которое вы проводили на работе. Постарайтесь избежать всех перечисленных ошибок. Принесите его на следующее занятие, презентуйте своим коллегам» [4, с. 19].

Из-за пандемии коронавируса часть занятий в Школе медиакоммуникаций прошли в дистанционном режиме. В некоторых регионах пандемия увеличила продолжительность занятий до трех месяцев.

По итогам обучения слушатели должны были выполнить выпускную работу – представить расширенный медиаплан и защитить его. Каждый, кто успешно прошел курс обучения и защитил свою выпускную работу, получил сертификат о прохождении курса «Школы медиакоммуникации для этнокультурных НКО».

Всего обучение завершили 160 человек. За время работы в Школе они опубликовали в СМИ более 170 материалов о деятельности своих НКО.

«Школа медиакоммуникаций для этнокультурных НКО» получила высокую оценку от своих выпускников. Они отмечали ее практическую пользу и улучшение своих навыков общения со СМИ. Слушательница проекта в Нижнем Новгороде, сотрудник общественной организации

«Региональная национально-культурная автономия татар Нижегородской области» Динара Халилова, отметила: «Такой проект был очень нужен в нашем регионе, потому что часто представители национальных организаций знают, как рассказать о традициях, о культуре, но не знают, как это представить в СМИ, поэтому курс – именно то, что нужно» [5]. По словам и. о. руководителя АНО «Центр Славянской Культуры» Веры Верченко, участие в проекте натолкнуло слушателей на идею начать новые проекты, что тоже является очень важным итогом: «В рамках этого обучения у нас родилось несколько проектов, направленных на возрождение национальных культурных ценностей нашей страны, на интеграцию традиций в современность, на популяризацию семейных ценностей и здорового образа жизни среди молодежи» [6]. Однако важнейшим результатом стали приобретенные умения взаимодействия со СМИ и продвижения своего контента. «Зачастую НКО не может позволить себе нанять профессионального пресс-секретаря, который бы качественно взаимодействовал со СМИ и грамотно позиционировал деятельность регионального отделения. Эту роль мы выполняем самостоятельно. На протяжении трех месяцев нас обучали журналисты ведущих федеральных и региональных СМИ. Мы учились составлять пресс-релизы по итогам мероприятий, разбирали допущенные ошибки при их составлении, просматривали видео уроки о грамотном ведении социальных сетей организации. Нам рассказывали, как привлекать журналистов к мероприятию, как правильно подготовить информационное письмо в редакцию СМИ. Считаю, что проект Гильдии межэтнической журналистики позволяет сформировать навыки высокоэффективного взаимодействия и коммуникации со СМИ», – так оценивает работу проекта председатель Совета регионального отделения Молодежной Ассамблеи народов России «Мы россияне» в Югре Юлия Трушкова [7].

Подобные оценки и практические результаты проекта свидетельствуют о его успешности и высокой значимости. Учитывая, что проблема продвижения этноконента и темы межнациональных отношений в СМИ является характерной для всей страны, продолжение работы «Школы медиакоммуникаций для этнокультурных НКО» и распространение ее опыта в других регионах Российской Федерации можно считать весьма полезным.

Литература

1. III Медиафорум этнических и региональных СМИ. Стенографический отчет. М., 2019. 59 стр.

2. Школа медиакоммуникаций для этнокультурных НКО// URL: <https://nazaccent.ru/schools/2020-0/>
3. План занятий Школы медиакоммуникаций для этнокультурных НКО// URL: https://nazaccent.ru/school_content/2198/
4. Медиакоммуникации для этнокультурных НКО. Нескучное пособие от журналистов для пресс-секретарей. – М.: Первая Образцовая типография, 2020. – 56 стр.
5. Нижегородские выпускники школы медиакоммуникаций для этнокультурных НКО получили дипломы// URL: https://nazaccent.ru/school_content/2378/
6. Завершается обучение в Школе медиаграомтности для этнокультурных НКО// URL: https://nazaccent.ru/school_content/2211/
7. Успехов вам, медиакоммуникаторы! // URL: https://nazaccent.ru/school_content/2353/