

5. Чепурняк, Т. Инфографика как форма визуализации научной информации / Журналістыка-2015: стан, праблемы і перспектывы. Матэрыялы 17-й Міжнароднавука.-практ. канф. Мінск, 12–13 лістапада. 2015 г. / БДУ; рэдкал.: С.В. Дубовік. – Мінск, 2015. – С. 43–46.
6. Шакиров, А. И. Трансформация журналистики в условиях «визуального поворота» // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. – С. 425–431.

Дарья Шотик

Белорусский государственный университет

МЕДИАОБРАЗ ИНТЕГРАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ИНТЕРНЕТЕ

Интеграционное объединение – Таможенный союз, который создает благоприятные условия для развития торговли, производства, способствует укреплению экономических и политических связей между государствами. Такие основные направления в рамках евразийской интеграции, представленные в массмедиа, вызывают интерес аудитории к таким материалам. События различного формата, происходящие в рамках Таможенного союза, направлены на тесное сотрудничество стран-участниц евразийского объединения, отражены как в общественно-политических изданиях, так и на интернет-сайтах. Такой обширный пласт медиаисточников является ключевым ресурсом, способствующим удовлетворению запросов аудитории.

Аудитория хочет получать как оперативную информацию, в основе которой констатация определенного факта, занимающего центральное место в социально-экономическом контексте, так и анализ событий, происходящих в интеграционном объединении. Определенную роль здесь играет компетентность журналиста в данной области, который обладает соответствующими знаниями и способностями, позволяющими анализировать происходящие процессы, создавать общественный интерес к интеграционной политике. В связи с чем СМИ обстоятельно и широко освещают происходящие события евразийской интеграции. Необходимо отметить, что «сегодня в полной мере следует использовать возможности информационной среды для укрепления Евразийского экономического союза как важного института развития многостороннего сотрудничества на пространствах Европы и Азии» [2].

Таким образом, «Беларусь вынашивает такую идею, чтобы стать местом не только разрешения политических разногласий, но и выступать площадкой для объединения экономических интересов интеграционных объединений» [1]. СМИ способствуют развитию интеграции, продвигая различные медийные проекты, направленные на то, чтобы привлечь общественность. Уже сейчас руководители СМИ задумываются о создании единой информационной

среды, которая станет эффективным механизмом освещения евразийской интеграции. «Для поддержки идей поэтапного формирования Евразийского союза, содействия продвижению совместных проектов в области коммуникации и новой коммуникативной политики перспективным представляется создание евразийского делового медиаклуба. Этот медиаclub мог бы выступить объединением профессионалов медиаиндустрии, с тем, чтобы продвигать идеи интеграции и коммуникационной политики, постоянно действующей площадкой поиска путей практического решения задач» [3].

К примеру, для исследования были взяты сайты Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь (Госстандарт) и Евразийской экономической комиссии (ЕЭК). Отбор материалов производился методом случайной выборки за 2014 год. Информацию о техническом регулировании в Таможенном союзе, перспективах развития экономики в новых условиях евразийского пространства, размещенную на сайтах, предоставляет пресс-служба Госстандарта и ЕЭК. В таких условиях пресс-служба выступает действенным и эффективным механизмом освещения деятельности комитета и комиссии, а также площадкой для обратной связи со СМИ и аудиторией.

Так, Госстандартом осуществляется широкое информирование промышленности, предприятий малого и среднего бизнеса о ходе разработки и принятии технических регламентов Таможенного союза посредством использования различных источников, включая средства массовой информации, официальные печатные издания и сайт Госстандарта. Все документы в области технического регулирования, принимаемые в рамках Таможенного союза, также размещаются на сайте комитета.

Чаще всего посетителей интересовали новости о техническом регулировании в Таможенном союзе, изменениях в части процедур подтверждения соответствия продукции требованиям ТР ТС, в том числе в отношении легкой промышленности. Таким образом, популярные темы расположились в следующей последовательности: «введение в действие ТР ТС, проекты технических регламентов» (78 %), различные события (20 %), другое (2 %).

Стоит также отметить разноплановость информации, представленной на сайте ЕЭК. Можно видеть, что тема Евразийского экономического союза, его развитие рассматривается на различных форумах, заседаниях, но в большей степени представлена на сайте ЕЭК. Примерно 73 % составляют различного рода события, которые посвящены перспективе развития евразийской интеграции, – 11 % от анализируемых материалов. Отметим, что на данном интернет-ресурсе также представлена информация о введении в действие технических регламентов Таможенного союза, публичном обсуждении их проектов.

Также внимание стоит уделить жанровой палитре, которая, к сожалению, на сайте ЕЭК представлена не столь разнообразно: 79 % из исследуемых

материалов отдают предпочтение заметке, 18 % – корреспонденции, всего лишь 1 % и 2 % составляют такие жанры, как обзор и отчет.

Затрагивая тему взаимодействия государств-членов в Таможенном союзе, создания пространства от Лиссабона до Владивостока, в публикациях эти и другие вопросы в большинстве своем носят созидательный характер. Например, материалы, размещенные на сайтах Госстандарта, имеют нейтральную оценку – 55 %, ЕЭК – 63 %. Возможно, это связано с тем, что большинство таких публикаций носят информативный характер, представляют собой «сухое» изложение фактов.

Задача массмедиа – работать сообща, грамотно предоставляя аудитории контент, в котором будет раскрываться суть интеграционного образования, его экономическая успешность. От медиабизнеса требуется формирование четкой концепции развития единого информационного пространства, в котором каждая из стран-участниц на равных будет обеспечивать общество различным контентом. СМИ и общество находятся в постоянном взаимодействии. Массмедиа – центральное место, где аккумулируется экономическая, политическая, социальная и другие темы. Поэтому от журналиста требуются определенные качества, компетентность, чтобы детально и доступно освещать вопросы, связанные с интеграцией. Создавая текст, автор вовлекает аудиторию в общественные процессы, предоставляет возможность обществу оценить значимость интеграционного сообщества.

Литература

1. Дыленок, Ю. Беларусь готова стать площадкой для объединения экономических интересов ЕАЭС и ЕС / Ю. Дыленок // БелТА [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://www.belarus.by/ru/press-center/speeches-and-interviews/gurjanov-belarus-gotova-stat-ploschadkoj-dlja-objedinenija-ekonomicheskix-interesov-eaes-i-es_i_0000017012.html. – Дата доступа: 20.04.2015.
2. ИА-Новости Казахстана (newskaz.ru) / ИА-Новости Казахстана (newskaz.ru) [Электронный ресурс]. – Казахстан, 2001. – Режим доступа: <http://www.meta.kz/514861-glava-ispolkoma-sng-otmechaet-neobhodimost-bolee-obstoyatel'nogo-osvescheniya-v-smi-integracii-v-evrazii.html>. – Дата доступа: 15.03.2015.
3. Рузин, В.Д. Евразийское культурно-информационное пространство / В. Давидович [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://federalbook.ru/files/SVAYZ/saderzhanie/Tom%2011/IV/Ruzin.pdf>. – Дата доступа: 16.04.2015.