

МЕДИЙНАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОГРАММЫ «СОГЛАШЕНИЕ МЭРОВ» В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С. Ю. Запорованная

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
szaporovanная@gmail.com;
науч. рук. – Б. Л. Залесский, доц.*

При всем многообразии информационных поводов, связанных с реализацией программы «Соглашение мэров» в Республике Беларусь, ее медийная поддержка остается малоизученной. Таким образом, актуальность темы заключается в необходимости исследовать освещение данной экологической инициативы в отечественных средствах массовой информации.

Ключевые слова: экология; окружающая среда; медиа; медийная поддержка; информационный повод; «Соглашение мэров»; «Экопартнерство».

Программа «Соглашение мэров» – экологическая инициатива городов Европейского союза, которая постепенно была подхвачена и за его пределами. Цель «Соглашения» – сократить выбросы парниковых газов в атмосферу, а также минимизировать расход энергии из невозобновляемых источников. Ключевой особенностью этой программы является ее подконтрольность местным рабочим группам. Принцип работы «на местах» позволяет наиболее грамотно распоряжаться средствами из пакета, учитывать специфику местного энергопотребления и промышленности. Таким образом, меры, декларируемые в «Соглашении» конкретного города, приобретают индивидуальный характер и сопровождаются адекватным планом по их реализации.

Из всего этого следует, что самая большая нагрузка по медийному обеспечению программы должна приходиться на региональные СМИ. Пулы их журналистов имеют возможность работать «в поле». Им легче выйти на ответственных лиц или следить за выполнением программы в режиме реального времени, рапортуя о ее ходе читателям. Отсюда другая очевидная необходимость – регулярно обновлять повестку, пополнять ее новыми информационными поводами, создавая у граждан ощущение «включенности», сопричастности процессу. Ведь любая программа по минимизации расходов энергии предполагает участие жилого сектора. Без должного информирования жителей не обойтись. Такова необходимость, продиктованная самой сутью программы. Однако медийное поле Беларуси и регионов не всегда ей отвечает.

Для анализа информационной поддержки «Соглашения мэров» были выбраны региональные СМИ шести областей Беларуси, портал «БелТА», а также сайт «Экопартнерства» – структуры, занятой реализацией

«Соглашения» на территории Беларуси. В частности, нас интересовал их раздел «Новости» [1], с которым можно «сверять координаты», продвигаясь по медийному ландшафту регионов. Повестка обновляется здесь чаще всего. Часто появляются ретроспективные обзоры вроде «Как изменился город после подписания “Соглашения мэров”». В такой манере, например, написано про Брест и Глубокое [2].

Самое интересное на сайте – интерактивная карта городов-подписантов Беларуси. Она представляет собой электронный гид: выбрав интересующий регион, пользователь переходит на отдельную страницу. Здесь собраны данные о городе, а именно его инфраструктуре, населении, годе подписания Соглашения, предусмотренных целях, а также индивидуальная лента новостей. Используя эту функцию, журналисты могут проследить, как реализация положений продвигается конкретно в их городе.

И все же, на наш взгляд, сайту «Экопартнерства», как самому представительному белорусскому ресурсу, «последней инстанции» в деле реализации «Соглашения», не хватает раздела с годовыми или квартальными отчетами. Под отчетами понимается документальный формат, с которым мы сталкиваемся на сайтах ведомств, где приводятся числовые показатели, диаграммы, статистика. Такая практика значительно облегчила бы работу журналистам. Подобные отчеты в редакциях обычно приспособляются под среднестатистического читателя и выпускаются в виде итоговых обзоров или статей.

Исследуя публикации по данной теме в разных СМИ, трудно найти глубокую аналитику, предполагающую знание вопроса. Чаще попадает примитивная интерпретация мероприятий, анонсированных или проведенных «Экопартнерством». Жизненный цикл большинства информационных поводов – и вовсе одна новость. Приводимые данные сложно усвоить, поскольку предмет речи не рассматривается в динамике. Само «Экопартнерство» могло бы проводить пресс-конференции, ввести практику пресс-релизов и пресс-рассылок, да и в целом уделять больше внимания коммуникации с журналистами. В то время как к новостному разделу сайта практически нельзя придаться, взаимодействие структуры со СМИ явно остается на периферии ее интересов.

Белорусское телеграфное агентство, на услуги которого подписано большинство флагманских медиа республики, опубликовало 8 материалов по хедлайну «Соглашение мэров» за период сентябрь 2019 – март 2020 года. Самый последний инфоповод – становление Гродно очередным подписантом в Беларуси – в сводке не представлен. Есть лишь две публикации, дающие краткий обзор развития города, обе – интервью с главой гродненского горисполкома М. Гоем. В этих материалах, в числе прочего, есть несколько слов и «об экологических перспективах регио-

на» [3]. Последняя публикация датируется 4 марта и посвящена очередному заседанию проекта «Экспертная среда». На программу «Соглашение мэров» здесь сослалась М. Щеткина: «Экологическую составляющую нельзя потерять, потом будет поздно. То, что правительство, местные власти ставят это на первое место, играет большую роль для населения» [4].

Самый примечательный материал на портале был опубликован за пределами рассматриваемого периода, а именно 4 декабря 2018 года. Он называется «Что может сделать город – участник соглашения мэров по климату и энергии» [5]. Он представляет собой развернутый комментарий О. Кузьминой, руководительницы одной из муниципальных инициатив, о порядке подписания соглашения и принимаемых подписантом обязательствах. Этот формат публикаций сложно переоценить, поскольку он носит практически консультативный характер для групп в других городах и наиболее эффективен для популяризации инициативы.

Информационная поддержка «Соглашения мэров» в регионах также оставляет желать лучшего. Из рассмотренных нами инфоповодов и медиа только портал «Город214» – полоцкое интернет-СМИ – периодически обращается к тематике программы. Самая объемная публикация из недавних (февраль 2020 г.) – «Итоги проекта “ГорСвет”: в Полоцке вместе с мэром запускали новое уличное освещение города, которым будут управлять через интернет» [6]. Про другое событие, заседание «Соглашения мэров» в Полоцке, сообщается не только сайтом «Город214», но и газетами «Витебские вести», «Витебский курьер» и «Наш край» (Барановичи). Одновременно об инициативах в Барановичах, городе, который стал подписантом в 2018 г., в его региональном СМИ не сказано вовсе.

Чаще всего в контексте «Соглашения мэров» вспоминают о Гродненской области, десять городов которой – уже участники программы. Пока это лучший результат по стране. С интервалом в несколько месяцев публикации появляются как на сайте «Новости. Гродно», так и в газете «СБ. Беларусь сегодня». Об активности других городов из белорусских медиа известно мало. Например, Ветка, уже четыре года участвующая в Соглашении, вообще никак не обнаруживает себя в медийном поле. Новости не появляются даже на сайте местного районного исполнительного комитета.

Таким образом, исследовав медийное обеспечение программы «Соглашение мэров», можно сделать следующие выводы.

Во-первых, в группе «Экопартнерство» не налажен алгоритм информирования региональных СМИ о мероприятиях «Соглашения мэров». Выпуская новостные материалы на собственном портале, она не делегирует информацию в существующие медиа. Подписчик региональных газет, таким образом, теряет возможность наблюдать за прогрессом Со-

глашения в своем городе. Предлагается ввести в практику медийного партнерства проведение имиджевых мероприятий, пресс-конференций, выпуск пресс-релизов для популяризации тематики «Соглашения мэров», а также размещать интервальные отчеты об активности городов по всей республике на сайте структуры.

Во-вторых, деятельность городов-подписантов не получает адекватного отображения в зеркале региональных СМИ. В основном она сводится к одному информационному поводу, например к присоединению к проекту. Увеличивая упоминаемость Соглашения в СМИ, надо одновременно переходить и к улучшению качества публикаций. Этого можно достичь, привлекая экспертов (депутатов от регионов, представителей местной власти, экологов), изучая тематику по публикациям группы «Экопартнерство», а главное – разнообразив жанровое поле.

В-третьих, в национальных и областных СМИ предлагается создать специальные рубрики или колонки формата «Хроники “Соглашения мэров”». Таким образом, можно было бы увеличить упоминаемость проекта, упрочить его авторитет и привлечь к участию граждан. В конце каждой публикации целесообразно оставлять контакты рабочей группы конкретного города или четкие рекомендации «Как вы можете помочь проекту “Соглашение мэров”». По возможности к созданию публикаций редакциям СМИ рекомендуется приглашать сотрудников самого «Экопартнерства».

Библиографические ссылки

1. Новости // Экопартнерство [Электронный ресурс]. URL: <http://climate.ecopartnerstvo.by/index.php/ru/news> (дата обращения: 02.03.2020).
2. Как в регионах сокращают выбросы парниковых газов // Соглашение мэров в Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <http://climate.ecopartnerstvo.by/ru/news/390> (дата обращения: 02.03.2020).
3. Комфорт для всех. Как будет развиваться Гродно // БелТА [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belta.by/regions/view/komfort-dlja-vseh-kak-budet-razvivatsja-grodno-377084-2020/> (дата обращения: 02.03.2020).
4. Эксперты не склонны к тревожным настроениям по поводу урбанизации Беларуси // БелТА [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belta.by/society/view/eksperty-ne-sklonny-k-trevozhnym-nastroenijam-po-povodu-urbanizatsii-belarusi-381968-2020/> (дата обращения: 02.03.2020).
5. Что может сделать город – участник соглашения мэров по климату и энергии // БелТА [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belta.by/comments/view/chto-mozhet-sdelat-gorod-uchastnik-soglashenija-merov-po-klimatu-i-energii-6575/> (дата обращения: 02.03.2020).
6. Итоги проекта «ГорСвет»: в Полоцке вместе с мэром запускали новое уличное освещение города, которым будут управлять через интернет // Город214 [Электронный ресурс]. URL: <https://gorod214.by/new/5146> (дата обращения: 02.03.2020).