

Наби Юсупов: «Наши СМИ еще в каменном веке»

На днях в Нидерландах состоялось собрание международной Сети медиа-тренеров. О мероприятии «АП» рассказал медиа-консультант Наби Юсупов, который присутствовал на собрании.

- Проблема развития СМИ стоит остро не только у нас, но и во многих странах мира. Нидерландская Международная организация Free Press Unlimited, которая работает в этом направлении в более, чем в 40 странах мира, проводит ежегодные встречи медиа-специалистов различных видов СМИ. Нынешнее двухдневное собрание было посвящено созданию Сети тренеров, которые должны были бы объединить усилия для работы с представителями различных СМИ. То есть мы делились опытом и одновременно разрабатывали стратегию работы Сети и универсальную методiku консультаций и тренингов.

Собрание проводилось в свободной форме беседы, где модератор давал возможность высказаться по обсуждаемым вопросам абсолютно всем участникам. При этом все выступления записывались и должны стать своего рода руководством для экспертов Сети.

Что было интересно для меня лично, так это то, что большое внимание придавалось неудачам и проблемам в работе медиа-специалистов. Цель - определить корень неудач и минимизировать их в работе вновь образованной Сети тренеров-консультантов. Ну и, конечно же, обсуждались, у кого какие успехи.

- Вам было что рассказать?

- Да, конечно. Как я уже говорил, каждому предлагалось рассказать о его положительном опыте в работе. Но, если неудачи в большинстве случаев оказались типичны (несмотря на страны и континенты), то разработки по ведению работы экспертов были достаточно разнообразны. Я также рассказал о своем методе работы. Кстати, мой метод работы медиа-консультантом был признан одним из лучших на собрании. Поэтому один голландский коллега предложил организаторам взять его за основу в работе Сети, и большинство присутствующих поддержало это предложение.

- А что из себя представляет ваш метод?

- Вкратце это выглядит так: диагностирование и выявление проблем в СМИ, а затем выработка рекомендаций и их практическое решение. В моей практике эта методика приносила наибольший эффект, поэтому я рассказал о нём своим коллегам по Сети, и они согласились, что это наилучший вариант для нашей дальнейшей работы.

- Что нового происходит сегодня в мировых медиа? Каковы тенденции на сегодняшний день?

- Эта тема также интересовала участников нашего собрания. По сути, новые технологии внедряются в жизнь людей настолько динамично, что за нововведениями трудно угнаться. При этом hi-tech несёт в себе как революционно новые решения в области коммуникации, так и угрозы. Я не имею в виду угрозу для государственного строя, как это мы наблюдали на примере «арабской весны». Многие медиа-эксперты видят в развитии новых технологий угрозу традиционным СМИ. Работа медиа-консультанта состоит в том, чтобы испытать и гармонизировать все новое и старое, выбирая из всего этого только лучшее и практически применимое.

Участники нашего собрания отметили, что традиционные СМИ - газеты, ТВ и радио - пока все ещё востребованы. Высказывались мнения, что Интернет, как и все новое - это лишь модные нововведения, и в скором времени все вернется на круги своя. Я думаю, ближайшие несколько лет покажут, поглотит ли Интернет все общепринятые виды медиа-продукции или им удастся существовать в параллельном измерении.

Но, как бы там ни было, работы для медиа-консультантов на сегодняшний день предостаточно. К примеру, взять такие бедные страны, как Таджикистан. Мы пока очень сильно отстаём в применении новых технологий по той простой причине, что Интернет у нас не всем по карману. Поэтому, грубо говоря, многие наши печатные СМИ одной ногой находятся в «каменном веке». Издаём мы газеты чаще всего на некачественном оборудовании и бумаге, а использовать Интернет и зарабатывать при этом не научились. И это лишь маленькая толика проблемы, которую может помочь разрешить тренер-консультант.

ОО «Медиа консалтинг» создано в 2008 г. (перерегистрировано в 2010 г.). Специализируется на предоставлении услуг в области СМИ: диагностика СМИ, кризис-менеджмент, менеджмент, маркетинговые исследования и др. Также предоставляются услуги организациям, заинтересованным в эффективном сотрудничестве с прессой. За период существования услугами ООО «Медиа консалтинг» смогли воспользоваться около двух десятков газет и информационных агентств, а также ряд коммерческих компаний.