

1.3. Журналистика соучастия: зарубежный и отечественный опыт

1.3.1. Гражданская журналистика – новый ответ на старые вопросы

Третья версия обновления журналистики связана с появлением так называемой «гражданской журналистики». Гражданская журналистика – это прямой перевод американского выражения «civic journalism»¹. Явление гражданской журналистики возникло в США в конце 80-х годов XX века в качестве предвыборных проектов, где журналисты отождествляли свой долг с «поиском проблем избирателей, а не кандидатов»² (газеты «The Charlotte Observer» и «The Wichita Eagle»). В дальнейшем концептуализация этой идеи³ стала возможна при участии различных исследовательских и научных центров (Центр гражданской журналистики Пью, Школа журналистики и массовых коммуникаций Университета Висконсин-Мэдисон, Центр коммуникаций и демократии и пр.), благодаря чему «322 американские ежедневные газеты занимались некоторой формой гражданской журналистики между 1994-2001 гг.»⁴.

Классиками американской концепции гражданской журналистики традиционно считаются: Д. Розен, Д. Кери, Я. Шаффер, Л. Фридленд, продвигающие гражданскую журналистику от «точечного» экспериментирования в рамках семинаров, конференций, исследований, опросов журналистского сообщества к ее институционализации в теории и практики журналистики.

Американские журналисты, разделяющие идеологию гражданской журналистики, полагают, что средства массовой коммуникации должны, прежде всего, помогать населению (то есть гражданам) влиять на власть, на политиков, помогать политикам узнать истинные интересы граждан. Этот подход потребовал существенного изменения профессиональных стандартов и технологий. Ставится задача рассказывать гражданам о проблемах и текущих событиях так, чтобы они могли принимать общественно значимые решения, участвовать в гражданском диалоге и действии и исполнять свой гражданский долг в условиях демократии.

Обычно журналисты дают возможность высказаться двум сторонам и считают свои материалы объективными и взвешенными. Журналисты с гражданским самосознанием

¹ Эту журналистику называют также общественной (public journalism), общинной или коммунитарной (community journalism), рефлексивной (А. Согомонов), гуманитарной (И. Дзялошинский), проектной, журналистикой соучастия (participatory journalism).

Прямое использование понятия «гражданская журналистика» применительно к российским реалиям представляется мне не совсем корректным. В российском сознании слово «гражданин» имеет несколько иной, нежели в американской ментальности, смысл. Гражданин у нас – это не обыватель. Это вместилище общественных добродетелей. И словосочетание «гражданская журналистика» в профессиональном сознании сразу вызывает нехорошие ассоциации с «партийной печатью».

Ясная и понятная в американском словоупотреблении «гражданская журналистика» у нас расплывается в самых странных оппозициях: военная журналистика – гражданская журналистика; пресса гражданского сектора – пресса бизнес-сектора; бульварная пресса – гражданская, социально ответственная пресса и т.д. Поэтому в данной работе в качестве русскоязычного понятия, адекватного «civic journalism» используется понятие «журналистика соучастия».

² Schaffer J. Civic Journalism: A Decade of Civic Innovation // <http://www.pewcenter.org/doingcj/civiccat/index.php>. [15.10.02].

³ А именно, преодолев политическую направленность функционирования, гражданская журналистика стала некоей методологией для малой (региональной) прессы в вопросах расширения «гражданского капитала» (Я. Шаффер) – преодоление не только отчуждения между прессой и обществом, но и развитие социального диалога, организация совместной с аудиторией деятельности на пути к гражданскому обществу.

⁴ Friedland L. Community Impact, Journalism Shifts Cited in New Civic Journalism Study // <http://www.pewcenter.org/doingcj/speeches/index.html>. [30.10.02].

полагают, что такое освещение лучше называть не взвешенным, а двухполюсным. Баланс находится не по краям, а посередине. Наконец, гражданская журналистика создает точки приложения сил, привлекая людей и поощряя взаимодействие между журналистами и гражданами. Она стремится строить двусторонний разговор с читателями вместо односторонней информационной загрузки, обрушивающей на публику множество фактов, как это часто бывает в традиционной журналистике.

Так в чем же смысл гражданской журналистики?

Для населения:

- Гражданская журналистика – это журналистика высокого качества, которая в то же время развивает способности граждан самостоятельно решать проблемы местного уровня.
- Гражданская журналистика демонстрирует, что когда вы даете читателям средства для действия, они начинают действовать.
- Данные исследований подтверждают, что усилиями гражданской журналистики существенно расширены знания читателей по той или иной конкретной теме.
- Гражданская журналистика оказала положительное влияние на оценку средств массовой информации населением.
- Общественные группы берут на вооружение формы гражданской активности (например, учебные кружки и инициативные группы), о которых они узнали благодаря тому, что новостные организации использовали принципы гражданской журналистики.
- На выборные должности баллотируются люди, никогда к ним не стремившиеся до тех пор, пока их не охватила та или иная инициатива, связанная с гражданской журналистикой.

Для журналистики:

- Гражданская журналистика способна производить глубокие материалы, получающие подлинный общественный резонанс, а не статьи, твердящие только о двух сторонах проблемы.
- Мы видим, как журналисты заново открывают для себя свою аудиторию - и ломают старые стереотипы.
- В редакциях появляется все больше и больше нового: новые страницы, новые должности, новые критерии, новая постановка задач, новый язык. В издаваемой в Норфолке газете «Вирджиниан пайлот» напечатан текст миссии репортеров, работающих в столице штата Вирджиния Ричмонде, которая гласит, что они обязуются освещать деятельность руководящих органов штата и выборы «в перспективе решения гражданских проблем».
- Наконец, гражданская журналистика создала обстановку, позволившую редакторам брать на себя дополнительный риск.

Профессиональные установки журналистов, разделяющих идеи журналистики соучастия могут быть сформулированы следующим образом:

- Действия журналистов определяются не властями, а интересами населения.
- Журналисты рассматривают читателей, зрителей, слушателей не как пассивных наблюдателей происходящих процессов, а как участников решения важных вопросов, равноправных партнеров.
- Журналисты предоставляют людям информацию, которая необходима им для принятия решений в обществе самоуправления.
- Журналисты призывают граждан к активному участию в общественной жизни, убеждают их в том, что они способны повлиять на ситуацию в обществе, и информируют об уже существующих инициативах.

- Журналисты организуют встречи граждан для обсуждения волнующих их ключевых проблем, проводят регулярные опросы и готовят публикации по материалам этих обсуждений и опросов.
- Журналисты помнят о том, что журналистика не только зеркало действительности, но и ее конструктор

Участие граждан может осуществляться несколькими способами:

- «Обсуждение». Иногда требуется именно "выплеснуть" общественное мнение. Можно просто цитировать читателей в газете; можно также организовать совещательные городские форумы по тем или иным проблемам. Цель: дать возможность высказать идеи, обсудить их, посоветоваться.
- «Вовлечение». Другие проекты гражданской журналистики приглашают к более активному участию и часто предлагают конкретный график потенциальным добровольцам. Возможности для добровольцев варьируются от обучения детей-инвалидов до оплаты парковых фонарей в бедных районах. Граждан призывают откликнуться, при желании индивидуально, без шумихи, а СМИ часто рассказывают о том, как это сделать.
- «Организация». Высший уровень общественного самосознания - объединения граждан с целью изучения того или иного вопроса или осуществления проекта. Подобные проекты гораздо сложнее создавать и поддерживать, но они, при условии эффективной организации, дают более конкретные результаты.

1.3.2. Хронология становления и развития гражданской журналистики

Хронология гражданской журналистики в ее американском варианте может быть представлена следующим образом.

1988 год.

Недостатки в освещении прессой президентских выборов вызвали беспокойство Пойнтеровского института исследования проблем СМИ, который предложил ряд реформистских идей:

- предусмотреть новый метод освещения избирательной кампании, основываясь на активном, а не реактивном подходе;
- привлекать читателей не как потребителей газетной продукции; превратить их в партнёров в деле освещения выборов;
- найти газету и телевизионную станцию, готовые испытать на практике эти намерения;
- оценить результаты эксперимента и распространить их среди широкого круга СМИ, поощряя их тем самым к рассмотрению возможности проведения аналогичных реформ.

1991-1993 годы.

В результате двухлетнего сотрудничества с газетой «Шарлотт Обзервер» и телестанцией WSOC-TV в г. Шарлотт (шт. Северная Каролина) были разработаны радикально отличные подходы к освещению избирательной кампании. Принятая стратегия (так называемый «Шарлоттский проект») была достаточно проста:

- основные пункты избирательных программ должны определять не кандидаты, а избиратели;
- кандидаты должны держать ответ по существу этих пунктов;
- привлекать читателей к участию освещения избирательной кампании и к оценке кандидатов и работы прессы.

В основе проекта лежала убежденность в том, что демократия зависит от информированного и активного электората и что одна из главных задач прессы – помочь общественности сказать свое слово с тем, чтобы эта система работала. Таким образом, планировалась наладить потерянную обратную связь.

Начало проекту, целью которого было связать читателей как с самим политическим процессом, так и с его освещением на страницах газеты, было положено с обращения редактора «Шарлотт Обзервер» к читателям, в котором сообщалось о том, что газета намерена меньше говорить об организации кампании, а сосредоточить внимание на вопросах, волнующих избирателей. И что освещение выборов будет проводиться исключительно в связи с теми проблемами, которые назвали рядовые граждане.

В первую неделю на это обращение откликнулось более 200 читателей. В течение последующих шести недель газета выходила с подборками материалов по проблемам, которые сочли важными читатели, увязывая эти проблемы с реальной жизнью. При этом газета использовала такие методы как:

- читателям предлагалось постоянно передавать в газету вопросы, которые будут использованы корреспондентами при проведении интервью;
- читателей просили высказывать собственные оценки и суждения о происходящих событиях и выступлениях конкретных кандидатов;
- газета почти полностью прекратила проводить опросы о шансах кандидатов, хотя и цитировала результаты опросов, проводившихся другими организациями;
- газета держала руку на пульсе общественного мнения, проводя собственные дополнительные опросы на улицах города.

Помимо этого, редакция использовала и другие оригинальные методы по организации работы редакции. В газете публиковалось множество новых, интересных рубрик, например, рубрика под названием «Спросите кандидата», где газета добивалась получения ответов на вопросы читателей, связываясь с избирательными штабами кандидатов. Рубрика «Вам слово», где целая страница отводилась высказываниям читателей по вопросу, поставленному редакцией. В разделе «Ой ли» помещались короткие материалы, ставящие под сомнение неизбежные в предвыборной борьбе гиперболы, используемые кандидатами. А также и многие другие не менее оригинальные рубрики.

Что же изменил Шарлоттский проект? Он изменил не только освещение избирательной кампании. Изменились и некоторые фундаментальные представления о журналистике. Читатели все больше и больше убеждались, что их голос услышан, а журналисты, действовавшие от их имени, почувствовали в себе новые силы. И кандидаты на выборные должности это поняли и в большинстве случаев быстро отвечали на вопросы, соглашались на интервью и узнавали корреспондентов газеты на пресс-конференциях. Произошли и некоторые перемены в редакции газеты. Усилился информационно-поисковый сектор, усовершенствовалось графическое оформление постоянных рубрик, усилилась координация работы различных отделов.

Что касается самого процесса голосования, то в округе Мекленберг (включающем город Шарлотт) явка избирателей на участки голосования увеличилась по сравнению с предыдущими выборами на 32%.

По материалам проекта в 1994 опубликована книга Эдварда Миллера «Шарлоттский проект. Как помочь гражданам взять демократию в свои руки».

1993 год – «Новый коммунитаризм».

Американский социолог Амитаи Этциони из университета Джорджа Вашингтона пишет книгу «Дух общины», в которой формулирует концепцию «нового коммунитаризма». Сторонниками этой концепции являются ученые, журналисты-теоретики и журналисты-практики. Последователи коммунитаризма считают

традиционную американскую журналистику, основанную на свободе воли, непродуктивной или даже вредной для общества. Апологеты этого направления выступают против просветительского либерализма, индивидуализма и приверженцев концепции свободы воли (либертарианства). Коммунитаризм ставит объединение людей или сообщество выше индивидуума. Обязанности ставятся выше прав. Коммунитаризм (и близкие ему по духу понятия гражданской или общественной журналистики) составляет теорию, которая ставит превыше всего этические нормы журналистики, продвигает позитивные и полезные для общества новости, презирует негативизм и индивидуализм в журналистике. В результате этого общество, а не средства информации формирует темы общественной дискуссии, и это позитивно сказывается на точности и глубине освещения событий, приводит к всеобщей солидарности, отрицает концепцию четвертой власти.

Коммунитаристы выступают за подчинение редакционной политики целям гражданского общества; они хотят, чтобы народ, а не журналисты определяли профессиональную повестку дня в СМИ. Вместо индивидуализма коммунитаристы предлагают и отстаивают более ответственное отношение СМИ к своей роли, при которой журналисты и работники СМИ приносят в жертву личную свободу слова и самовыражения ради общественного блага⁵.

1994-2003 годы.

Деятельность Центра гражданской журналистики им. Пью, направленная на поддержку проектов в области гражданской журналистики. На протяжении этого периода 322 американских издания в 220 городах во всех штатах реализовали проекты гражданской журналистики. Это одна пятая всех национальных изданий. Большая часть проектов была реализована изданиями с тиражом 250.000 и ниже, 45% – с тиражом 100.000, 41% с тиражом более 500.000. Темы, чаще всего избираемые для проектов (в порядке убывания): Выборы; Проблемы местного сообщества (преступность, развитие местной экономики, коррупция властей, проблемы самоуправления, образование, здравоохранение и прочее); Мультикультурализм, молодежь, семья.

Реализация проектов занимала от года до нескольких лет. Так, например, проект Шарлотт Обзервер «Станем снова хозяевами нашего сообщества» начался в 1994 году как расследование преступления и закончился в 1997 как общественная кампания. А проект «Единая Америка» (Action Beacon Journal), который начался в 1994 году циклом статей «По вопросу цвета» продолжался около десяти лет.

Одной из основных целей Центра Пью была аккумуляция опыта и совершенствование технологий и инструментария гражданской журналистики. За время своей деятельности Центр реализовал обширную образовательную программу – более 40 национальных семинаров и конференций. Деятельность Центра имела следующий эффект:

- 53% (297) проектов содействовали активизации общественного диалога, непосредственно организовывая мероприятия или обеспечивая стимул и инструменты для реализации гражданских инициатив;
- 43% проектов привлекали в качестве партнеров организации, а также школы;

⁵ Вот несколько примеров из списка рекомендаций журналистам, предложенных коммунитаристами:

- Журналисты должны публиковать материалы, которые объединяют людей, а не разъединяют.
- Журналисты должны отказаться от устаревшей концепции профессиональной автономии и редакционной независимости, а также индивидуализма и того, что коммунитаристы называют «негативной свободой».
- Журналисты должны освещать новости точно, с учетом разных точек зрения, по существу и полно.
- Журналистам следовало бы придерживаться «незыблемых» нормативных принципов правдивого изложения фактов и соблюдать право общественности на информацию.
- Журналисты должны понимать, что «моральные принципы универсальны и абсолютны»

- 40% (209) проектов содействовали укреплению гражданской позиции жителей сообщества, включая информирование избирателей и содействие людям, стремящимся изменить жизнь сообщества в лучшую сторону;
- 37% (179) проектов оказали непосредственное влияние на изменение в общественной политике
- 26% (126) проектов содействовали появлению новых структур гражданского общества.

В 2003 году Фонд Пью прекратил специальное финансирование проектов гражданской журналистики в рамках Центра⁶. Считалось, что проекты должны начать жить своей жизнью, а опыт гражданской журналистики должен стать частью ежедневной практики медиа. Так и случилось. У гражданской журналистики появились тысячи последователей, появились новые организации, которые принялись активно развивать идеи гражданской журналистики.

1.3.2. Организации гражданской журналистики

Ассоциация общественной журналистики (Public Journalism net - work).

В январе 2003 года группа журналистов и преподавателей университета Кеннеси, штат Джорджия основали Ассоциацию общественной журналистики (Public Journalism net - work). В настоящее время Ассоциация объединяет более 3000 журналистов не только в США, но по всему миру. Президент Ассоциации – Леонард Витт, один из наиболее известных и последовательных идеологов и практиков гражданской журналистики.

Членство в Ассоциации платное, составляет \$89 в год для журналистов, преподавателей и других желающих, для студентов – \$19. Эти взносы направляются на поддержание жизни информационного портала www.pjnet.org, организационную работу, а также проведение ежегодной конференции. В 2004 году конференция проходила в Торонто; в августе, 2005 конференция «Журналистика и общественность: возрождение доверия» состоится в Сан-Антонио.

На сайте www.pjnet.org представлены материалы конференции и других событий, собраны мнения журналистов со всего мира о том, как будет развиваться журналистика, там же ссылки на другие организации, поддерживающие идею гражданской журналистики.

Секция гражданской журналистики в Ассоциации образования в области журналистики и массовых коммуникаций.

Ассоциация существует с 1912 года и объединяет более 3,5 тысяч членов в разных странах. Секция гражданской журналистики образовалась в 1994 году (председатель Тони ДеМарс). На сайте www.has.vcu.edu/civic-journalism выложена обширная библиография о гражданской журналистике, информация о текущих мероприятиях, статьи, особо интересен список on-line ресурсов о гражданской журналистике. Дискуссии и размышления о гражданской журналистике присутствуют в практике самых разных организаций, в принципе ВСЕХ организаций, которые занимаются журналистикой, журналистами, преподавателями журналистики и студентами. Ссылки на некоторые организации на сайте имеются, и далее по ссылкам можно исследовать эту тему в современной американской журналистике.

Любопытно, что в Ассоциации образования в области журналистики и массовых коммуникаций в 2004 году возникла секция общиной журналистики Community Journalism

⁶ Отчет о деятельности Центра, все выпуски информационного бюллетеня «Гражданский катализатор» и другие материалы на сайте www.pewcenter.org.

(председатель Джек Лаутерер). Видимо, организаторы секции видят различия между гражданской и общинной журналистикой.

Проект «За качество в журналистике» (The Project for Excellence in Journalism).

Этот проект – инициатива журналистов, его цель – повышение стандартов американской журналистики. Проект стремится объединить журналистов, пригласить их к диалогу и дискуссии, чтобы они сами решили, каковы их цели и принципы.

Проект состоит из двух компонентов – деятельность Комитета заинтересованных журналистов и ежегодные исследования в области национальных масс-медиа. Кроме того, в рамках проекта опубликованы две книги «Элементы журналистики» (переведена на русский язык АНО «Интерньюс») и «Размышляя здраво». Нужно также отметить национальный пресс-обзор «The State of the American Newspaper» под редакцией Джин Робертс и пятилетний обзор телевизионных новостей.

Проект возник в то время, когда «кризис профессии» начали обсуждать повсеместно, не только в профессиональной среде, когда очевиден стал разрыв между СМИ и населением, когда доверие людей к СМИ ощутимо упало, о чем свидетельствовали многочисленные исследования. Проект реализуется как часть Высшей школы журналистики Колумбийского университета. Поддерживается Фондом Пью (Pew Charitable Trusts).

Комитет заинтересованных журналистов (The Committee of Concerned Journalists).

Это консорциум репортеров, редакторов, продюсеров, издателей, владельцев СМИ и педагогов, которые всерьез обеспокоены будущим профессии.

«... Чтобы это будущее даже просто было, журналисты всех медиа, географий, рангов и поколений должны сходиться в том, что отличает их профессию от всех других. Поэтому мы говорим о принципах и ставим перед собой три главных цели:

- возрождение убежденности журналистов в миссии и главных принципов журналистики;
- содействие тому, чтобы граждане также понимали принципы журналистики;
- содействие тому, чтобы менеджеры, владельцы и администраторы СМИ понимали содержание этих принципов, а также их экономическую и социальную ценность»⁷

Комитет объединяет около 2000 журналистов. Каждый желающий может добавить свое имя в on-line список тех, кто разделяет ценности и убеждения Комитета Заинтересованных журналистов, а также познакомиться с теми коллегами, кто это уже сделал.

Эти две организации – Проект «За качество в журналистике» и «Комитет заинтересованных журналистов» – объединились под адресом www.journalism.org. Этот портал – уникальный ресурс для всех, кто интересуется журналистикой: профессионалов, преподавателей, студентов, граждан. Он предлагает каталог инструментов, методов и идей, формулировки принципов, результаты разнообразных исследований, библиотеку, «линки» на других ресурсы для журналистов и граждан⁸.

⁷ По материалам www.journalism.org.

⁸ В рамках проекта «Гражданская журналистика для демократии и независимости СМИ» создается подобный русскоязычный портал, где будет выложена часть материалов www.journalism.org на русском языке.

1.3.3. Блоггерство – тоже гражданская журналистика?

Недавно понятие «гражданская журналистика» стало использоваться для обозначения совсем иного явления. Речь идет о блоггерстве⁹. Видимо потому, что блоги могут рассматриваться в качестве СМИ, существующих на некоммерческой основе и поддерживаемых гражданами в частном порядке.

В некоторых случаях блоггеры сами являются первоисточниками информации из мест, к которым приковано внимание всего мира. Когда террористы захватили Театральный центр на Дубровке, многие пользователи Интернета регулярно наблюдали не только за сообщениями СМИ, но и за блогами москвичей, среди которых быстро нашлись такие, кто проживал поблизости или получал оперативную информацию «оттуда»; широко известны случаи, когда блоггеры вели прямые репортажи с места боев в Ираке; много важной информации распространялось через блоги в ходе ликвидации последствий прошлогоднего цунами в Индийском океане; в русском Интернете своеобразной «классикой жанра» стали сообщения жительницы Бишкека Елены Скочило, публиковавшей сводки и фоторепортажи о революционных событиях в Киргизии (впоследствии Елена получила профессиональную премию российских интернет-деятелей «РОТОР» в номинации «Блог года»).

Взрывы в столице Великобритании мгновенно перевели крупнейшие новостные каналы в режим Breaking News, однако ничего кроме «картинки» выбегающих из метро шокированных и окровавленных людей зрители увидеть не смогли. Но уже в первые часы после трагедии, выбравшиеся из пострадавших вагонов на поверхность пассажиры, отсылали MMS-сообщения со снимками места взрывов, пытаясь прорваться через перегруженную сеть мобильной связи. Многочисленные блоги получили фотографии взрывов первыми, раньше, чем зрители CNN и Sky News, привыкшие к невероятной скорости подачи информации.

Безусловно, блоггеры еще раз доказали растущую важность Интернета в освещении важнейших новостей. Однако называть блоггерство на этом основании «гражданской журналистикой» вряд ли целесообразно.

1.3.4. Журналистика соучастия

В России идеи, близкие к идеям «гражданской журналистики» разрабатывались автором этой книги, который пользовался понятиями «журналистика соучастия» и «гуманитарная журналистика» и И.Д. Фомичевой, которая ввела в оборот понятие «партиципаторная коммуникация», о чем шла речь выше.

Идеи, связанные с журналистикой соучастия, впервые были высказаны мной в 1988 году в статье, опубликованной в ныне забытом журнале «Слово Лектора». Затем они излагались в некоторых других моих публикациях перестроечной эпохи¹⁰.

Позднее эта идея была более или менее отчетливо выражена в моей книге «Российский журналист в посттоталитарную эпоху» (Москва, 1996) и других публикациях.¹¹

⁹ Слово «блог» уже, кажется, большинству пользователей Интернета пояснять не надо. Впрочем, те, кто об этом явлении еще не слышал, могут обратиться к популярным информационно-энциклопедическим проектам.

¹⁰ Дзялошинский И. Еще раз о технократическом подходе. // Журнал «Слово лектора», 1988; Дзялошинский И. Журналистское мышление: особенности структуры и функционирования на современном этапе. / В кн.: Средства массовой информации в формировании нового мышления. - Л., 1989; Дзялошинский И. Советская журналистика: три парадигмы творчества. / В кн.: Журналист. Пресса. Аудитория. - Л., 1991; Дзялошинский И. Категории и парадигмы журналистской деятельности. / В кн.: Основные понятия теории журналистики. - М.: Изд-во МГУ, 1993.

Все эти идеи были теоретическими конструкциями, пока в 1999 году Фонд «Евразия» не поддержал идею провести в России двухнедельный тренинг-семинар для журналистов и преподавателей факультетов и отделений журналистики высших учебных заведений «Роль прессы в формировании в России гражданского общества».

Этому тренингу предшествовал общероссийский конкурс для журналистов и преподавателей факультетов журналистики, который должны были разработать и прислать в адрес организаторов конкурса проекты, посвященные гражданской журналистике.

В семинаре приняли участие 21 представитель из южных регионов России, два слушателя из Республики Бурятия, два – из Западной Сибири и два слушателя из Москвы. Среди них были журналисты и работники пресс-служб, преподаватели факультетов и отделений журналистики высших учебных заведений.

Необходимость проведения такого семинара была обусловлена тем обстоятельством, что в российском медиа-сообществе стали чрезвычайно распространенными взгляды на журналистику как на чисто информационную деятельность, главной задачей которой является информирование аудитории и только. Многие журналисты перестали ощущать социальный смысл этой профессии, потеряли чувство ответственности за последствия своей деятельности. Переход на позиции чистого информирования способствовал возникновению отношения к журналистам как наемным работникам, которых можно использовать для вбрасывания в аудиторию любой информации, лишь бы она имела некоторые признаки правдоподобия. В связи с этим стало нарастать отчуждение между журналистикой и аудиторией, с одной стороны, и неудовлетворенность сложившимся положением самих журналистов, с другой стороны.

Поэтому проведение данного семинара пришлось как нельзя кстати.

Программа и методическая организация семинара были выстроены таким образом, чтобы дать слушателям возможность:

- - проанализировать проблемы, возникающие в ходе взаимодействия региональной прессы России со структурами гражданского общества в условиях политического и социально-экономического кризиса;
- освоить современные подходы к организации работы средств массовой информации по формированию и развитию навыков гражданского поведения, освещению деятельности структур гражданского общества в России;
- найти "точки роста", позволяющие выявить силы и резервы двух основных субъектов становления и развития в России гражданского общества, и обеспечить взаимодействие региональных СМИ и структур гражданского общества в сфере доступа социально значимой информации к гражданам и граждан к информации;
- выработать долгосрочную стратегию участия слушателей семинара в становлении в России гражданского общества.

В качестве ключевых тезисов поставленных на обсуждение, были предложены следующие положения.

¹¹ Дзялошинский И. Российские СМИ в избирательной кампании: уроки эффективности. - М.: Векон, 1996; Дзялошинский И. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. - М., 1996; Дзялошинский И. Как создаются «герои» и «дьяволы». // Журнал «Советник», 1997, № 1; Дзялошинский И. В плену манипулятивных технологий. // Журнал «Советник», 1997, № 7; СМИ и структуры гражданского общества: проблемы взаимодействия. - М., 1999; Роль прессы в формировании в России гражданского общества. - М., 1999; Роль прессы в формировании в России гражданского общества. День сегодняшний. - М., 2000; Дзялошинский И. Редакционная политика как фактор успешной деятельности СМИ. - М., 2000; Дзялошинский И. Три типа профессионального поведения журналиста. // Журнал «Профессия Журналист», 2001, № 4.

- Эрозия гражданской позиции журналистов и падение читательского (зрительского, слушательского) интереса – два взаимосвязанных процесса; для возрождения одного из них необходимо возродить оба.
- Для того, чтобы поднять активность читателей (зрителей, слушателей) и довести до них существо проблем, необходимо активно сотрудничать с негосударственными общественными организациями, практиковать общественные форумы, совместные мероприятия с другими СМИ и пр.; именно самостоятельные организации граждан должны стать важным источником идей для средства массовой информации.
- Читатели (зрители, слушатели) могут быть не только потребителями информации, но и партнерами средства массовой информации.
- Читатели (зрители, слушатели) должны помогать работникам СМИ определять приоритеты, которыми они должны руководствоваться при формировании тематической модели своего издания (канала, станции, передачи).
- Поиски путей решения вопросов настолько же важны для читателей (зрителей, слушателей), как и выявление проблем. Надо идти к людям не для того, чтобы узнать, о чем они хотят прочитать (увидеть, услышать), а для того, чтобы понять, какие проблемы они хотели бы решить. Материалам о путях решения проблем надо уделять столько же внимания, сколько и выступлениям о самих проблемах.
- Политические вопросы следует освещать с точки зрения интересов граждан, а не с позиции интересов политиков или СМИ. Средства массовой информации должны дистанцироваться от политиков и тех, кто их консультирует, и приблизиться к людям, для которых они работают. Основой освещения избирательных кампаний должны быть интересы читателей (зрителей, слушателей).
- Редакции СМИ могут и должны перестраивать свою работу. Журналисты могут и должны меняться.

При проведении тренинг-семинара была использована самая современная технология организации занятий. Сначала обсуждаемая проблема изучалась в теоретическом аспекте, затем слушателям предлагался имеющийся в мировой и отечественной практике материал по ее освещению и разрешению и в завершение проводилась дискуссия, в ходе которой слушатели вырабатывали собственные подходы к пониманию, освещению и разрешению данной проблемы.

В ходе занятий рассматривались различные аспекты профессиональной технологии: методы получения информации, используемые журналистами процедуры анализа фактического материала, приемы изложения и привлечения внимания аудитории и др.

Для проведения занятий со слушателями были приглашены главные редакторы ведущих российских и московских СМИ, известные журналисты, политологи, специалисты в области массовых информационных процессов, представители структур гражданского общества.

Лекции и выступления преподавателей, материалы прозвучавших на семинаре дискуссий стали основой книги «Роль прессы в формировании в России гражданского общества».

1.3.5. Практические опыты журналистики соучастия

После этого проекты, так или иначе реализовывавшие принципы журналистики соучастия, стали выполняться многими организациями.

Напомню о некоторых.

В 2001-2002 году АНО «Интерньюс» и Агентство «Социальные Инвестиции» реализовали проект, направленный на создание «социальных партнерств» между региональными телекомпаниями, некоммерческими организациями, бизнесом и органами власти. Основные условия проекта: направленность партнерств на конкретные проблемы, волнующие людей; взаимный интерес и взаимная выгода для всех его участников. Основная идея проекта – проверить гипотезу: журналистика способна не только ставить проблему, она способна также содействовать ее решению. А главное – нести ответственность за результат.

Тридцать редакторов, продюсеров и журналистов по приглашению Интерньюса приехали в Москву в июле 2001 года. Работать над такими проектами решили больше двадцати телекомпаний. Из их числа были выбраны тринадцать проектов, реализация которых была рассчитана на 4-5 месяцев. Телекомпании и их партнеры получили небольшую финансовую помощь. Эти проекты касались проблем правовой защиты в широком смысле слова, здравоохранения и молодежи. В работе участвовали государственные и коммерческие телекомпании. Чтобы проверить предположение, что профильные некоммерческие общественные организации могут упростить реализацию проектов, мы предложили телекомпаниям организовать с ними партнерства.

Участниками проекта стали телекомпании из 13 регионов. Лучшим проектам удалось снизить заболеваемость и предотвратить заражение туберкулезом (Биробиджан); решить проблему подростковой преступности в отдельно взятом микрорайоне (Новгород Великий); построить пандус (Краснодар), наладить общение разных диаспор через проект «национальная кухня» (Ставрополь), организовать работу мировых судей (Ярославская область); создать молодежный бизнес-инкубатор (Рязани), возродить дом молодежи (Мценск).

Телекомпании стали не только информаторами, но и активными участниками конкретных дел, используя уникальный ресурс общественного доверия и возможность давления на власть. Некоммерческие организации, как правило, слишком слабы для этого. От партнерства выиграли все. Телекомпании получили небывалый интерес со стороны населения (ведь программы решали их проблемы), небывалый рост рейтинга (а значит, возросла стоимость рекламного времени). Местная власть с радостью приписала себе все достижения проектов. Бизнес, участвующий в проектах, получил «имиджевую рекламу», которую не купишь ни за какие деньги.

2002 год - Проект «Российская пресса: в повестке дня социальное сиротство». Проект реализован Независимым Институтом Коммуникативистики при финансовой поддержке Агентства США по международному развитию в рамках программы «Помощь детям-сиротам в России», осуществляемой совместно «Holt International Children's Services» и «Charities Aid Foundation». В качестве ключевой проблемы организаторами проекта была избрана ситуация с социальным сиротством. Для реализации проекта были выбраны два «пилотных» региона: Новгородская и Томская области. В Новгороде и Томске были проведены семинары-тренинги для редакторов и журналистов печатных изданий, которых волнует ситуация с детьми-сиротами. Перед участниками семинаров-тренингов выступили руководители проекта, ответственные сотрудники Координационного совета Министерства образования по программе «Дети-сироты», руководители соответствующих ведомств областных правительств, активисты некоммерческих организаций. На семинарах-тренингах разыгрывались деловые игры, в ходе которых отрабатывались технологии сбора информации, общения с героями публикаций, подготовки материалов по проблемам социального сиротства. С собой слушатели увезли большую подборку раздаточных материалов, в которую были включены документы, публикации и основная литература по проблеме социального

сиротства, а также материалы по гражданской журналистике и взаимодействию СМИ и аудитории.¹²

В 2004 году Центр общественного телевидения (Великий Новгород) приступил к реализации Проекта «Гражданская журналистика - социальная ответственность СМИ». Проект был разработан с учетом опыта деятельности в области поиска эффективных механизмов взаимодействия СМИ и общественности и является, с одной стороны, продолжением уже реализованных проектов гражданской журналистики; с другой - частью программы «Гражданская журналистика для гражданского образования», разработанной на срок до 2006 года. Цель проекта - познакомить журналистов с принципами и методами гражданской журналистики как альтернативного вида профессиональной деятельности. Основным механизмом реализации проекта заключался в подготовке и проведении цикла учебных семинаров для журналистов электронных и печатных СМИ трех городов Северо-Западного региона (Вологда, Псков, Великий Новгород). Партнером Центра общественного телевидения в реализации проекта выступил Независимый институт коммуникативистики. Семинары позволили не только познакомить участников с методами и принципами журналистики соучастия, механизмами подготовки проектов. Благодаря интерактивным дискуссиям и анкетированию удалось в режиме «обратной связи» получить информацию о том, каких знаний не хватает журналистам, чтобы наладить эффективный диалог с аудиторией. Помимо этого проведенные семинары позволили обобщить конструктивный опыт взаимодействия с аудиторией, имеющейся в региональных телекомпаниях, радиостанциях и в редакциях местных газет.

2005 год - Проект «Гражданская журналистика в поддержку независимости СМИ и демократии». Основные задачи проекта: продвижение идей гражданской журналистики, аккумуляция идей, стратегий и технологий проектов, объединение журналистов и представителей НКО, заинтересованных в развитии гражданской журналистики в России, сбор и публикация информации о проектах, информирование профессионального сообщества и заинтересованных граждан об успешных экспериментах в области гражданской журналистики, обмен опытом. В рамках проекта реализуется образовательная программа для журналистов и студентов и преподавателей вузов. С февраля по апрель 2005 года в Вологде, Пскове, Петрозаводске и Калуге прошли семинары, в ходе которых участниками был рассмотрен широкий спектр вопросов, касающихся истории возникновения идеи гражданской журналистики, философии этого понятия, методологии. В ноябре 2005 года на базе Центра общественного телевидения (программа «На Вашей стороне») начала работу Лаборатория гражданской журналистики, где региональные журналисты смогут на практике попробовать свои силы в реализации проектов журналистики соучастия.

2005 год - Проект «Северная школа гражданской журналистики». Северная школа гражданской журналистики открылась в феврале 2005 года при поддержке фонда NED (США). Школа проводится в форме весеннего (апрель) и осеннего (октябрь) лагерей. В целевую группу проекта входят журналисты Мурманской области и республики Карелия. Проект «Северная школа гражданской журналистики» осуществляет Мурманская ассоциация журналисток, которая работает в области гражданской журналистики уже несколько лет. За время существования Ассоциации был реализован ряд проектов, по продвижению идей и принципов Гражданской Журналистики в обществе¹³.

В октябре 2005 года в Новосибирске был проведен семинар, посвященный методам гражданской журналистики. Впервые на этом семинаре вместе работали

¹² Подробнее о проекте можно прочитать в электронной версии бюллетеня «Право знать: история, теория, практика» (№ 3-4 (63-64) март-апрель 2002 г.): [http://www.ksdi.ru/right/2002_63_64\(3-4\)/dzyaloshinskay_3_4.html](http://www.ksdi.ru/right/2002_63_64(3-4)/dzyaloshinskay_3_4.html). Книга «В повестке дня социальное сиротство: "дети улиц" на страницах региональных газет» размещена на сайте <http://www.tolerance.ru/p-jclub-hall.shtml>.

¹³ Информацию о проекте можно посмотреть на сайте: <http://wpress.murmansk.org.ru>.

журналисты местных газет и лидеры некоммерческих организаций из этих же городов. Многие из них вообще впервые уселись за один стол, пытаясь понять заботы, проблемы и возможности друг друга. В течение трех дней участники проекта знакомились с теорией и отработывали на практике методы социального проектирования и проведения информационных кампаний, технологию производства качественных новостей, принципы построения коалиций и работы в команде¹⁴.

¹⁴ С ходом реализации проекта можно познакомиться на сайте: www.sms.sibirp.ru.