

СОЦИАЛЬНОЕ НАСИЛИЕ И ТОЛЕРАНТНОСТЬ: РЕАЛЬНОСТЬ И МЕДИА-ОБРАЗЫ

СМИ гражданского сектора: свой голос в общем хоре

Гражданским сектором в прикладном аспекте мы называем сообщество некоммерческих негосударственных организаций (НГО, НПО, НКО) и социальных активистов. Мотивации социальной активности в гражданском секторе разнообразны, но сама эта активность выявляет растущую нормальность структуры общества, пассионарная часть которого аккумулирует и формулирует потребности и законные интересы различных групп населения, способствует их реализации и противодействует экспансии (в т.ч. абсолютизации) интересов коммерческого и государственного секторов во всех аспектах развития страны. Сектор в целом можно описать как реально активный в социальном и гражданском плане, но с весьма низким уровнем профессионализма даже в избранных сферах деятельности. Это можно объяснить тем, что профессий, связанных с социальной медиацией и социальной коммуникацией, в недавнем советском прошлом не существовало. Эти функции выполняли в интересах тоталитарной идеологии либо государственно-партийные структуры и функционеры, либо имитирующие общественность полностью подконтрольные государству организации. Предтечей независимого гражданского сектора можно признать советское диссидентское движение с его небольшими, но эффективно используемыми коммуникативными возможностями.

Профессионализация и привлечение к работе профессионалов присущи, в основном, "головным" организациям некоторых сфер деятельности, как московским, так и региональным. Именно этот фактор и определяет лидерство организации в своей сфере деятельности. Профессионализм и высокий уровень текущей профессионализации присущи прежде всего экологическим и правозащитным организациям, объединениям по интересам (часто коммерциализированным), в наименьшей степени - организациям социального обслуживания. Кроме того, профессионализация ведет к осознанию необходимости развития коммуникаций, в том числе - медийных. Коммуникация осознается как новый ресурс, способствующий успешной деятельности в информационном обществе. В связи с этим можно напомнить слова известного менеджера Ли Якоки: "В течение всей своей карьеры я отдавал лишь 20% своего времени всему, что было связано с коммуникациями, и 80% - остальной работе. Если бы я смог начать сначала, то я сделал бы наоборот"⁸.

Структура активности и профессионализации гражданского сектора выражается и в тематическом спектре его СМИ. Из 187 регулярно выпускаемых изданий, обследованных нами, 25% - экологические, 30% - правозащитные (для различных групп населения), 35% - смешанного содержания (включая специальную информацию, познавательные, развлекательные, культурные и др. материалы) и 10% - посвященные, в основном, деятельности одной НКО или разного рода групп и ассоциаций НКО. Собственно, "массовыми" называть эти средства информации можно лишь с некоторой долей оптимизма, как по тиражности - в основном от 200 до 999 экз., так и по приоритетной целевой аудитории - самим общественным организациям, и проблематике - "социальная деятельность НКО". То есть, основная направленность работы изданий гражданского сектора - внутрисекторная, хотя обнадеживает то, что на втором месте среди целевых аудиторий стоит население, интересы которого гражданский сектор призван выражать и защищать.

О профессионализме же самих СМИ гражданского сектора и их редакторов говорит и качество образования - только 27,8% редакторов имеют специальное образование, опыт журналистской работы, чуть более половины - 61,1%, и до 5 лет в журналистике гражданского сектора - 72,2%. В социальной эффективности своей журналистской

деятельности не сомневается большинство редакторов - 72,2 %. Причем со времени начала своей работы в СМИ гражданского сектора стали более оптимистичны в этом отношении 5,6% - столько же, сколько начинали работу без каких-либо иллюзий на сей счет. Беспокойство вызывает растущая неопределенность во мнении об эффективности своей работы более чем четверти опрошенных - 22,2% в начале своей работы и 27,8% в настоящее время, то есть редакторов, не уверенных в востребованности своей профессиональной и гражданской миссии, прибавилось за время работы 5,6% (табл. 54). Это беспокойство усиливается тем, что половина редакторского корпуса - люди вполне зрелого возраста (35-55 лет), сознающие свое место в жизни, а еще почти четверть, 22,2% - входящие в зрелость (22-34 года) профессиональную и гражданскую.

Таблица 54. Распределение ответов на вопрос "Считаете ли Вы социально эффективной Вашу работу в СМИ НКО?"

Варианты ответа	Сейчас	Несколько лет назад
Да, считаю	72.2	66.7
Нет, не считаю	0.0	5.6
Трудно сказать определенно	27.8	22.2