

ЦЕНТР ГРАЖДАНСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

Гражданская журналистика – это одновременно философия и система ценностей, сопровождаемая рядом новых технологий, призванных отражать в журналистике и то, и другое. По своей сути это вера в то, что журналистика имеет обязанность перед общественной жизнью – гораздо больше, чем просто сообщать новости или раскрывать множество фактов. То, как мы непосредственно делаем нашу работу, влияет на общественную жизнь. Журналистика может предоставить общественности огромные возможности, а может сделать его немощным.

Мысли о гражданской журналистике

"Когда мы пишем об общественной жизни, мы обеспечиваем читателей информацией, которая им необходима, чтобы быть гражданами.

Этот подход к освещению общественных дел более ориентирован на потребителя, чем тот, к которому привыкло большинство журналистов. Гражданская журналистика – это противостояние от снижения значимости нашего дела, это – сила, движущая рынком...

...Мне представляется, что гражданская журналистика вставила новые линзы в нашу камеру. Линзы с более широким углом зрения, чем были до этого, и мы смогли увидеть больше, чем видели раньше".

Дженни Бакнер, "Шарлотт Обзервер"

"Что отличает гражданскую журналистику от традиционной хорошей журналистики? Гражданская журналистика включает все идеи, принципы и средства традиционной хорошей журналистики, но в ней также много нового.

Гражданская журналистика – это одновременно мировоззрение и набор инструментов. Мировоззрение заключается в принятии того, что журналисты обязаны – и эта обязанность защищена Конституцией – предоставлять людям информацию, которая им необходима для принятия решений в обществе самоуправления. Новые инструменты позволяют читателям и зрителям увидеть, что они могут стать активными участниками общественной жизни.

Уже недостаточно просто привлекать внимание к несправедливости, как принято в традиционной журналистике. Гражданам в наше время требуется гораздо больше. Им необходимо увидеть, каким образом они могли бы сыграть свою роль, изменить что-либо, быть услышанными – каким образом они могли бы в большей степени участвовать в общественной жизни. Таким образом, участие граждан – ключ к пониманию гражданской журналистики. Граждане помогают журналистам более профессионально делать свое дело. А у граждан, однажды получивших возможность более активно участвовать в общественной жизни, похоже, разыгрывается аппетит к участию в гражданской жизни.

Так как же привлекать граждан и при этом качественно заниматься журналистикой? Журналисты всей страны, работающие в соответствии с принципами гражданской журналистики, экспериментировали с технологиями, позволяющими сделать печатное издание таким же интерактивным, как web-страница. Они используют все новые коммуникационные технологии: Интернет, электронную почту, голосовую почту, факс, аудио-текст.

Журналистам следует рассматривать читателя и зрителя не как фон или пассивных наблюдателей, а в качестве участников при решении важных вопросов, которым следует уделять не меньше внимания, чем представителям элиты или экспертам, которых журналисты так часто цитируют.

Победители первого конкурса на вручение премии Джеймса К. Бэттена за выдающиеся успехи в гражданской журналистике снова и снова демонстрировали новые возможности взаимодействия с читателями и зрителями.

Нигде на страницах изданий-победителей газет вы не обнаружите попыток журналистов предложить готовые пути решения проблем, волнующих общество. Напротив, журналисты стремятся вовлечь граждан в решение общественных проблем, призывают их предлагать идеи, рекомендации, планы действия – идеи граждан, а не СМИ. Газеты затрагивают самые животрепещущие проблемы жизни общества – рост преступности и насилия в молодежной среде, экономические преступления. Но в них также содержатся статьи о надежде, преодолении

чрезвычайно сложных препятствий; статьи, выражающие идею о том, что из любой ситуации есть выход. С целью вовлечения граждан в поиск решений проблем, а также просто общения с гражданами, как со своими друзьями, журналисты находят новые пути и возможности общения.

Конечно, в какой-то мере журналисты просто профессионально делают свое дело. С раннего утра они носятся по улицам и общественным объединениям. Важно то, что они рассматривают читателей и зрителей в качестве существенного источника информации и субъектов статей".

Джен Шаффер, Центр гражданской журналистики Пью

"Я верю, что эта журналистика вырастает из надежд, страхов, мечтаний, конфликтов и борьбы некоей общественной группы. Это точка зрения, взгляды, система ценностей, которая направляет Вас в Вашей повседневной работе".

Стив Смит, "Колорадо Спрингс Газет Телеграф"

"Гражданская журналистика – это журналистика, которая каждый день начинается с убеждения, что читатели и избиратели – чрезвычайно важный источник и предмет репортажей".

Дэвид Шрибман, Вашингтонское бюро "Бостон Глоуб"

"Гражданская журналистика – это новая вывеска на старой идее – идее о том, что журналистика обязана предоставлять людям информацию, которая им необходима для принятия решений, которые они призваны принимать. В обществе самоуправления она развивает в людях гражданское самосознание".

Эд Фауи, Центр гражданской журналистики Пью

СМИ и аудитория: вместе к общей цели (По материалам публикации Джен Шаффер и Эдварда Миллера "Вместе с народом: набор инструментов для вовлечения читателей и зрителей")

Гражданская журналистика не делается сама по себе. Чтобы вовлечь граждан в освещение общественных проблем, необходимо планирование, поиск редких источников информации и длительное движение в одном направлении. Соответственно, эту работу нельзя назвать ни дешевой, ни легкой.

Процесс обычно начинается с осознания проблем, волнующих общественность: традиционно высокий уровень преступности в определенных районах, неустойчивость моральных принципов среди молодежи, сокращение рабочих мест и т.п.

Вслед за выявлением проблемы важно определиться с подачей материала, рассматривая при этом читателей как участников процесса, а не пассивных наблюдателей. Для начала идея проверяется при непосредственном участии самих граждан ("Является ли данная проблема для Вас важной и хотели бы вы помочь нам в поиске решения?"), а затем приобретает законченную форму, способствующую установлению контакта с читателем.

Участие граждан на каждом этапе должно обязательно освещаться в статьях.

Оценка потребностей общественности

Каким образом редактор определяет, стоит ли та или иная местная проблема широкого освещения в соответствии с принципами гражданской журналистики? Большинство начинает с опроса читателей. Опрос можно осуществлять различными путями: опросы общественного мнения, фокус-группы, группы экспертов, группы граждан, общественные форумы, просьбы, опубликованные в газете.

Конечное решение принимает редактор, но вклад граждан чрезвычайно важен с самого начала.

Канзасская газета "Стар" составила и опубликовала список из 12 выдающихся граждан, включая академиков, теологов и врачей, которых попросила определить "основные ценности" для воспитания подрастающего поколения.

Начала газета с того, что опубликовала всеобъемлющую подборку по каждой группе ценностей. Ценности распределялись следующим образом:

– Храбрость

- Умение отличать добро от зла
- Сострадание
- Благоговейный страх и чудо
- Упорство – Обязательства
- Границы и рамки
- Уважение к себе и другим
- Справедливость и совесть
- Любовь к учебе
- Терпимость к различным точкам зрения
- Умение распоряжаться деньгами
- Честность и целостность

При освещении такой темы, как "храбрость" газета предложила очерки о детях, которые преодолели какое-то несчастье; написала об их "героях", поговорила с подростками, а затем опубликовала статьи о разновидностях храбрости: например, попытаться осуществить свою мечту, завести новых друзей, выйти один на один с хулиганом, преодолеть препятствия.

Газета также предложила "инструментарий" для дополнительных толкований понятия "храбрость".

Газета "Аргус Лидер" из Сиокс Фолс определила проблему самостоятельно: экономическая угроза для сельскохозяйственных общин в Южной Дакоте. Проект концентрировался на поиске решения. Для начала были представлены статьи с описанием успешного решения проблемы в трех населенных пунктах. Затем был объявлен проект под названием "Общественность поднимается", в рамках которого гражданам предложили рассказать о том, что их волнует. Жители выбранного города (Тиндолл, население 1200 человек) более года сотрудничали со специалистом в области предпринимательства в сфере сельского хозяйства из Университета Южной Дакоты.

Процесс определения общественных потребностей не обязательно является дорогим и сложным. В Бинхэмптоне, штат Нью-Йорк, газета "Пресс энд Сан Буллетин" опубликовала купон, призывающий читателей направлять свои комментарии.

В Миртл Бич, штат Южная Каролина, газета "Сан Ньюс" распространила почтовые карточки неоновно-желтого цвета с вопросами к гражданам относительно положения дел в обществе. Результаты помогли определить вопросы для последующего более формального опроса общественности.

Проверка идеи

Взаимодействие газеты с читателями осуществляется различными способами: проверка исходных данных, сбор информации, углубление понимания материала журналистами посредством их более тесного контакта с гражданами. Цель журналистов состоит не в решении проблем, а в привлечении граждан с целью более успешного их освещения.

В Сент-Поле темой номер один была преступность. Чтобы лучше понять различия во взглядах на проблему в разных районах, "Пайнир пресс" провела расширенный телефонный опрос среди взрослого населения (2853 человек), в результате которого были получены данные не только по региону и двум крупнейшим городам, но также по шести конкретным районам. Это начальное исследование позволило репортерам газеты проанализировать существенные различия между районами.

Просто поднять шумиху вокруг проблемы ("преступность отравляет жизнь нашего города" или "экономика в опасности") – это традиционный подход в журналистике, как правило, недостаточный для привлечения граждан. В подобном освещении они не находят ничего, что бы позволило им лично участвовать в решении проблемы. Гражданская журналистика требует, чтобы мы шли дальше, и искали новые пути привлечения граждан к решению проблем.

В рамках освещения выборов газета "Портланд Ньюспейперс" совместно с телекомпаниями WGME-TV ("Си-Би-Эс") и "Мэн Паблик Бродкастинг" провела серию опросов в общегосударственном масштабе с целью определения взглядов избирателей на проблемы кампании 1996 года и выработки долговременной стратегии.

В Рочестере, штат Нью-Йорк, газета "Демократ энд Кроникл" и телекомпания WXXI-TV совместно представили цикл статей и телепередач "Защитите нас" об отношении подростков к насилию, особенно в школах. Группа из четырех экспертов ответила на вопросы родителей по поводу методов воспитания детей, направленных на недопущение склонности к насилию.

Подача материала

Форма подачи материала часто предопределяет ответную реакцию. Если материал представляется Вас в виде состязания, где две стороны обсуждают вопрос на публике, повествование будет укладываться в рамки противостояния. Однако чаще всего необходимо слышать и другие голоса.

Гражданская журналистика позволяет расширить рамки подачи материала, предоставить голос другим сторонам, а также дать возможность читателям и зрителям почувствовать, в чем состоит их роль. Выбор подачи материала требует также соответствующего стиля изложения, как правило, не основанного на конфликте.

Например, в Норфолке газета "Вирджиниан Пайлот" попросила кандидатов на пост в Сенат предстать в виде соискателей на должность, представив заявление и резюме с описанием своей квалификации.

В городе Шарлотт газета "Обзервер" предложила каждому кандидату написать резюме. А предвыборную гонку подала в виде приема избирателями на работу губернатора и сенаторов.

В том же Шарлотт произошел конфликт с театром, финансируемым за счет налогов, который выпустил пьесу с участием абсолютно голых персонажей. Разумеется, немедленно накалились страсти. Мэр и группа консерваторов были оскорблены представлением и собирались немедленно его прикрыть, в то время как сторонники либеральных взглядов защищали свободу артистов. "Обзервер" опросил порядка 400 читателей, с тем, чтобы в драме появились новые персонажи – рядовые граждане округа, чьи взгляды на нудизм, а также на искусство, существующее за счет налогов, способствовали налаживанию диалога.

Форма подачи определяет направление и интонацию материала и должна быть ориентирована на те или иные группы общественности, которых особенно волнует данная проблема – родители, подростки, избиратели, лица, лишенные гражданских прав, и т.д.

Подача материала с той или иной точки зрения может в корне изменить содержание. В Дулуте, штат Миннесота, газета "Ньюс Трибьюн", публикуя цикл статей о преступлениях против личности, решила сконцентрироваться на мужчинах и подробно описать процесс возникновения и развития склонности к насилию. А в Детройте газета "Фри Пресс" представила материал о насилии среди подростков глазами самих подростков. Канзасская газета "Стар" сконцентрировалась на воспитании общечеловеческих ценностей у детей.

Новая информация, полученная в результате опросов, может также определить стиль подачи материала. Газета "Пайнир Пресс" из Сент-Пола провела расширенный опрос представителей различных поколений, в результате которого были развенчаны стереотипы в отношении современной молодежи.

Разъяснение проекта

Во всех проектах гражданской журналистики две идеи требуют постоянного повторения: призыв граждан к активному участию в общественной жизни и убеждение их в том, что они способны повлиять на ситуацию в обществе. Активное участие граждан является определяющим свойством гражданской журналистики. Своим активным участием граждане способны помочь журналистам значительно повысить качество их работы, а также содействовать улучшению общественной жизни. Поскольку данный подход нов для многих газет, они должны подробно разъяснять читателям суть проектов и их – граждан – роль в ходе проекта.

Граждане реагируют по-разному. Некоторые охотно обсуждают проблемы с журналистами, но отмалчиваются на встречах общественных групп. Другие более активны: с удовольствием

принимают участие в общественных дискуссиях и готовы участвовать в различных проектах. Необходимо учитывать эти различия.

Определение характера возможного участия граждан – это часть процесса. Вы хотите, чтобы люди просто сообщали Вам информацию для статей и служили экспертами в отношении их повседневной жизни? Или Вам требуется знать их личное мнение, либо результаты обсуждений? А может, Вы ждете от читателей активных предложений? Или вы хотите, чтобы они предложили конкретное задание и наблюдали, как оно выполняется? Для начала необходимо определиться, что будет делать газета и чего она ждет от читателей. Газета также должна определить рамки своей роли и максимально расширить роль граждан.

Участие граждан может подпадать под одну из нижеследующих категорий: – "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.

Инструментарий

Многие инструменты гражданской журналистики всем хорошо знакомы: расширенное исследование, хороший слог, графика, ориентированная на привлечение внимания и информирование.

Однако есть и специфические средства. Журналисты печатных СМИ, привыкшие к конкурентной борьбе со своими коллегами с телевидения, поначалу могут почувствовать себя не в своей тарелке, если им потребуется объединиться с бывшими конкурентами.

Однако подобные альянсы показали, что являются мощным инструментом привлечения внимания общественности к важнейшим проблемам регионов.

Другие важные инструменты гражданской журналистики – репортажи и графические технологии, демонстрирующие читателям и зрителям, что они могут и должны активно участвовать в решении проблем, а не просто пассивно наблюдать.

Один из основных способов привлечения граждан к активному участию в общественной жизни и работе СМИ – развитие интерактивности. Раньше газеты и телестанции служили односторонними поставщиками информации читателям и зрителям. Сейчас существует множество технологий интерактивности. Web–узлы, электронная почта, голосовая почта, факс и другие электронные средства обеспечивают двустороннюю связь и вовлекают граждан в журналистику.

Журналисты, работающие на принципах гражданской журналистики, стремятся использовать читателей и зрителей в качестве источников информации и мнений, участников общественных диалогов, организуемых СМИ, и активных партнеров в поиске решений проблем, волнующих общественность.

Графические средства, дизайн и новые вещательные технологии также должны способствовать взаимодействию с читателями и зрителями. Гражданская журналистика часто освещает сложные проблемы в течение длительного периода времени. Эффективная графическая презентация поможет привлечь и удержать внимание читателей и зрителей.

Создание альянсов СМИ Взаимодействие журналистов печатных и вещательных СМИ часто напоминает отношения кобры и мангуста. Этого не должно быть.

Многочисленные проекты гражданской журналистики продемонстрировали, насколько эффективными могут быть альянсы местных СМИ при продуманном подходе. Объединение талантов, совместные исследования, привлечение внимания к статьям и телепрограммам друг друга

– все это оказывает мощное воздействие на общественное внимание. И, к удивлению многих журналистов, граждане высоко оценивают сотрудничество СМИ по проблемам, волнующим общественность.

Альянсы могут также включать организации, не относящиеся к СМИ.

В Миртл Бич, Южная Каролина, газета "Сан Ньюс" в сотрудничестве с Центром образования и общества Университета Каролины объявила гранты на проекты с участием граждан в борьбе с преступностью.

В Бинхемптоне, штат Нью-Йорк, газета "Пресс энд Сан Буллетин" и ряд других СМИ организовали совместный проект с Университетом Бинхемптона по экономическому возрождению региона.

Олицетворение репортажей Читатели могут быть больше, чем пассивными потребителями. Они могут быть источниками, экспертами, предметами и помощниками.

Гражданская журналистика всегда готова предоставить эти возможности.

В Сент-Поле редактор "Пайнир Пресс" научился олицетворять репортажи несколькими способами. В рамках проекта "Более безопасные города" о состоянии преступности читателям давались советы о конкретных мерах, которые они могут предпринять, чтобы бороться с домашним насилием. Чтобы помочь читателям прочувствовать жизнь в криминальном районе, репортер переехал в подобный район и вел дневник.

Использование графических средств Эффективность графического способа подачи информации давно проверена и доказана. Сюда входят таблицы, форма вопросов и ответов, схемы, карты, а также множество новых приемов.

Таблицы помогают отсортировать, свести воедино и компактно подать большое количество информации. Последние исследования показали, что читатели не только высоко ценят компактность таблиц, но в некоторых случаях больше доверяют табличной информации чем повествовательным статьям.

Форма вопросов и ответов Форма вопросов и ответов может быть нудной, а может наоборот увлекательной и эффективной.

Графики и схемы Комбинация графиков и схем помогает читателям понять, каково отношение общественности региона к различным проблемам.

Формы и купоны Формы и купоны, опубликованные газетой "Демократ" из Таллахэсси и журналом "Стар" из Пеории не обещали призов, но позволили вовлечь читателей в проект.

Карты и схемы Необходимо знать, где пройдет общественный форум. Важно также знать, где припарковать машину. Сиракузская "Херальд Американ/Херальд Джорнел" подробно информирует читателей посредством подробных карт и схем.

Полностраничные развороты Иногда для статьи требуется целая полоса, или даже больше. Газета "Пайнир Пресс" эффективно использовала пространство, чтобы сравнить анти-криминальную деятельность в Сент-Поле с подобными проектами других городов страны.

Указатель проектов Указатели информируют читателей о том, что они смогут прочитать по данному поводу сегодня и завтра.

WEB-узлы Многие газеты, как, например, "Рекорд", округ Берген, Нью-Джерси, размещают репортажи гражданской журналистики в архивах на web-узлах и приглашают граждан к дальнейшему участию.

После планирования, выбора формы подачи материала, организации, разъяснения, сбора информации, написания и оформления редактору необходимо сделать паузу и посмотреть, работает ли проект. Откликаются ли читатели на инициативу? Достиг ли репортаж читателей и зрителей? Ведет ли куда-либо разговор? Произошло ли что-либо и нужно ли в процессе вносить какие-либо коррективы?

Вовлечение читателей

Журналисты не привыкли длительное время заниматься одним проектом. Для этого требуется

находчивость и изобретательность.

Некоторые обращаются к читателям и зрителям с вопросами о том, как можно улучшить ситуацию и что они думают по поводу текущего освещения проблемы.

Вопросы читателей В штате Мэн Портландские газеты поддерживали читательский интерес, публикуя примеры вопросов читателей, возникавших во время встреч малых групп.

Предложения читателей В северной части Нью-Джерси темой номер один являются транспортные проблемы. Газета "Рекорд" округа Берген регулярно включает в серию статей "В большой пробке" рецепты граждан – самые разные: от вагонеток с резиновыми шинами до нового моста в Нью-Йорк.

Но газета пошла еще дальше – она пригласила экспертов, чтобы они прокомментировали эти предложения граждан.

Мотивация читателей Важно знать, что движет читателями. В Сан-Хосе газета "Меркьюри Ньюс" обратилась к читателям с вопросом, что ими двигало, когда они изъявили желание больше узнать о законодательстве в Калифорнии.

Публичные обещания читателей Когда СМИ-партнеры в Рочестере созывали группы граждан для внесения рекомендаций по обузданию насилия среди подростков, они не только напечатали эти рекомендации, но также попросили подростков подписать "Публичное обещание о мире" где было место для других предложений, которые были опубликованы в газете.

Идеи читателей Один из способов заинтересовать читателей – использовать их идеи. "Дейтон Дейли Ньюс" и Бинхемптонская "Пресс энд Сан Буллетин" изобрели компактный способ публиковать конкретные предложения от читателей.

Добровольцы из числа читателей Большинство проектов набирают добровольцев. В Сиракузах, штат Нью-Йорк, "Херальд Американ/Херальд Джорнел" опубликовал список вакансий для добровольцев по возрастам в рамках проекта "Глазами детей".

Обратная связь с читателями Весьма ценно знать, что думают читатели по поводу освещения той или иной проблемы. В Сент-Поле газета "Пайнир Пресс" сформировала пять групп по возрастному признаку для оценки освещения газетой криминальной темы в один конкретный день. Группы обсуждали вопрос отдельно, а затем собрались вместе, чтобы дать конкретные рекомендации по изменению стиля освещения газетой криминальной тематики.

Измерение успеха

Можно ли измерить успех проекта гражданской журналистики? Существуют показатели, которые безусловно можно учитывать: добровольцы, телефонные звонки, сообщения по электронной почте, присланные купоны, посещение форумов. Данные критерии несовершенны, но достаточно полезны. Более того, они обеспечивают газету или телестанцию замечательным банком данных имен, людей, которые однажды сделали шаг вперед и могут сделать его еще раз – людей, которые могут стать героями будущих статей.

Весьма полезны в данном смысле регулярные всесторонние репортажи о проектах с участием граждан. "Шарлотт Обзервер" регулярно возвращалась к проекту "Вернем управление нашим городом" в течение двух лет. Репортажи свидетельствовали, что изменения, инициированные СМИ, продолжались.

Одним из результатов пилотного проекта было создание Корпуса послов Тиндалла, состоявшего из добровольцев, которые путешествовали по другим городам, с тем, чтобы поделиться опытом и оказать содействие. В Тиндалле, штат Южная Дакота, газета "Аргус Лидер" помогла небольшому агропромышленному городку обсудить возможности экономического возрождения. Газета регулярно публиковала отчеты о задачах и объединениях в рамках проекта, включая краткие сводки под рубрикой "Что сделал Тиндалл?" или "Чему Тиндалл научился?".

Газета "Стар" из Канзаса регулярно освещала участие жителей. Например, порядка 3000 человек посещали семинары, были переданы в дар 10 грузовиков с одеждой, были наняты 120 наставников молодежи, были собраны деньги для местного фонда, а также для того, чтобы отправить детей в лагерь.

Эффективному ежедневному контакту с гражданами обязательно сопутствует лучшее понимание

их проблем и устремлений.

Журналисты зачастую дистанцированы от общества. Иногда это оправдано. Но гражданская журналистика требует от журналистов время от времени выходить из-за баррикад и включаться в общественные дискуссии в качестве вдохновителя, а не судьи.

Гражданская журналистика: плюсы и минусы (бюллетень "Гражданский катализатор", осень 1997)

Джен Шаффер, Центр гражданской журналистики Пью

Почему гражданская журналистика подвергается столь резкой, порой истерической критике и в то же время вызывает теплые отношения читателей и зрителей? Этот вопрос возникал снова и снова при проведении беспрецедентного исследования Центром гражданской журналистики Пью четырех проектов гражданской журналистики. Цель данного исследования состояла в определении степени воздействия гражданской журналистики как на общественность, так и на сами редакции.

В докладе "Гражданские уроки" отмечается, что "граждане положительно воспринимают гражданскую журналистику и хотели бы больше подобных репортажей, в то время как редакции чаще равнодушны, или даже настроены отрицательно".

Гражданская журналистика требует другого типа мышления, она предполагает размышления по поводу содержания, а не подборку цитат. Требуется ясное понимание того, к чему приводят рефлексии в журналистике, и способность видеть правильное направление.

Необходимы также большие затраты энергии. Кроме того, важно уметь синтезировать большое количество информации, а не просто стремиться подобрать лучшие цитаты, что предполагает терпение и постоянное совершенствование.

"В США гораздо больше примеров плохой журналистики, чем многие склонны думать", говорит Лью Фридланд, соавтор "Гражданских уроков". Профессор журналистики Университета Висконсина, г-н Фридланд возглавил проект опроса представителей общественности и редакций в четырех населенных пунктах: Шарлотт, Сан-Франциско и Мэдисон, штат Висконсин, и Бингэмптон, штат Нью-Йорк.

"Тот факт, что репортеры (в проектах гражданской журналистики) исходили все улицы, явилось полным изменением сложившейся практики", – сказал он – "Обычно репортеры большей частью сидят за столами на телефонах".

Много беготни, поисков, совершенствования. Можно было бы ожидать, что журналисты дружно ухватятся за эту возможность. Вместо этого они в лучшем случае вяло принимают идею, а в худшем резко критикуют.

Что же происходит? Фридланд пришел к следующему выводу: "Журналисты не хотят думать над тем, что делают. Традиционная подача новостей на первый взгляд выглядит достаточно эффективной. Вся система представляет более-менее отлаженный механизм. Вряд ли сотрудникам информационных отделов нужна эта головная боль. Они скорее предпочтут идти проторенным путем, чем думать о смене курса".

Гражданская журналистика продвигается большими шагами в региональных газетах. Именно там журналисты и редакторы борются за то, чтобы их репортажи стали более значимы для читателей.

"Я по-прежнему убежден, что основная причина сопротивления – сверхчувствительность журналистов", – говорит Гил Телен, редактор газеты "Стейт оф Коламбия", штат Южная Каролина, где он разрабатывал традиции гражданской журналистики.

"Творческий процесс в журналистике – очень деликатная вещь. То как мы подбираем материал, редактируем, сжимаем, синтезируем, в значительной степени искажает реальность. Журналисты знают это по себе, соответственно развилась культура, предполагающая серьезное сопротивление всему внешнему".

Теперь, с введением принципов гражданской журналистики, мы предлагаем им "впустить других людей в свой дом, позволить другим определять, что есть новости, обеспечить интерактивность и обратную связь".

Фридланд с академических позиций соглашается с ним. "Многие боятся, что если дверь с шумом

распахнуть, многое выплеснется наружу. Журналисты видят, как скупают газеты, как они превращаются в таблоиды. Вы думаете, хороший журналист об этом не волнуется? В ответ они движутся по замкнутому кругу. Но это не очень хорошо. Это не сохранит принципы, которые они хотят отстаивать".

Но есть еще один фактор, отмеченный несколькими исследователями, который, похоже, сдерживает скупку газет.

"Что в самом деле обидно – это то, как элитарная пресса крушит вокруг все, что хоть немного похоже на эксперимент", – с негодованием замечает Телен.

Газеты "Нью-Йорк Таймс", "Вашингтон Пост", "Уолл Стрит Джорнел", журнал "Нью-Йоркер", в своих статьях очень резко критиковали гражданскую журналистику – в частности, они сродняли с землей проект 15 СМИ Северной Каролины, которые провели совместный опрос с целью выявления проблем для написания 10 статей по освещению предвыборной кампании в Сенат и на пост Президента.

При этом они не просто критиковали, они, по заявлению Фридланда и других, допускали очевидные неточности. Фридланд подчеркнул, что авторы статей "... не особо тщательно прорабатывали материал, о котором писали. Они включили ряд утверждений, основанных на рассказах чьих-то приятелей из Американского общества газетных издателей".

"Есть много открытых вопросов в отношении гражданской журналистики. Но они даже не задавались этими вопросами. Я в самом деле затрудняюсь назвать пример позитивной критики, поскольку ни один из критиков не сказал ничего конкретного".

Журналисты элитных изданий разрабатывали профессиональные стандарты, традиции и ценности годами. "Многие сотрудники моей редакции хотели бы работать на подобные издания, – заметил Телен. – "Все считаются с их мнением. Возможно, в этом кроется причина сопротивления".

Элитные издания отличаются от мелких региональных газет. "На мой взгляд, основное отличие – элитность аудитории. "Нью-Йорк Таймс" может довольствоваться 25%-ным охватом населения Нью-Йорка, а я не могу".

"Обычные люди видят мир по-другому, не так, как большинство читателей "Нью-Йорк Таймс". Это как бы два разных мира".

"Шарлотт Обзервер" начала экспериментировать с гражданской журналистикой во время предвыборной кампании 1992 года.

Философия и практика интегрированы в ней, пожалуй, лучше, чем где бы то ни было. По мнению Фридланда и журналистов "Обзервер", одна из причин заключается в том, что газета стремится объединить предприимчивость с широким пониманием роли газеты в обществе.

Главный редактор наметил общие цели и сказал сотрудникам: "А теперь идите и воплощайте их в жизнь".

"С одной стороны это свидетельствует о хорошо поставленном руководстве в газете", – говорит Фридланд. – "Существует прямая связь между руководством СМИ и удачным воплощением принципов гражданской журналистики".

"Обзервер" также поручил своим наиболее уважаемым журналистам разработать прототипы гражданской журналистики. Например, ветеран политических репортажей Джим Моррилл инициировал проект по освещению выборов в 1992 году. Возможно, это позволило сгладить первоначальное восприятие гражданской журналистики как "уловки менеджмента".

Вначале казалось, "что это совсем другая редакция ... слово "причуда" здесь не подходит", вспоминает Моррилл.

"Я помню, как на меня снизошло что-то вроде озарения: эй, да ведь мы смотрим на выборы глазами избирателя".

Моррилл продолжал освещать политику, включая президентскую кампанию 1996 года, через эту призму. "Я по-прежнему смотрю на это с точки зрения потребителя, при этом потребителями являются избиратели", – говорит он.

"В моем стиле освещения новостей многое изменилось", – продолжает он. "Обработка статей, закручивание гаек, нюансы – мы больше этим не занимаемся. Мне это не нужно, я пишу о более важных вещах". "Мне кажется, это все должны делать – писать для людей, которые читают газету".

В то время как Моррилл и ветеран репортажей на судебные темы Гари Райт были среди лидеров в Шарлотт, они признают, что гражданская журналистика все же вызывает ряд вопросов.

Моррилл отметил, что на его взгляд критики проекта "Твой голос – твой выбор" по освещению предвыборной кампании 1996 года, неправильно трактовали факты. Они услышали некоторых ремесленников от политики и приняли их точку зрения".

Тем не менее, есть что критиковать, считает Моррилл. "Если в чем и можно обвинять "Твой голос – твой выбор", то только не в хитрости, а скорее в некотором занудстве... Не думаю, что наберется 10 человек, читавших эти статьи от и до".

Опыт "Сан–Франциско Кроникл" во многом похож на опыт Шарлотт. Первые проекты по освещению выборов в 1994 году завоевали поддержку первоначально скептически настроенных репортеров в области политики, как, например, Сюзан Йокам. А технологии затем применялись такими мэтрами, как Джон Кинг, репортер по проблемам больших городов, который проводил так много времени на улицах трех районов в поисках откликов граждан на проблемы выборов мэра в 1995 году, что жители стали его узнавать.

Исследователи "Гражданских уроков" обнаружили, что официальное представление концепции гражданской журналистики способствовало положительному восприятию идеи в Шарлотт и Сан–Франциско. Аналогично, отсутствие официального представления было названо причиной того, что в Мэдисоне и Бингэмптоне идея была воспринята более поверхностно.

В Мэдисоне они обнаружили, что проекты гражданской журналистики – ежеквартальные исследования проблем, волнующих общественность – в значительной мере управлялись редакторами, и в то время как репортеры воспринимали подобные задания положительно, философские обоснования этих заданий им были несвойственны, как, скажем, репортерам из Шарлотт и Сан–Франциско.

В Бингэмптоне, новому руководителю газеты "Ганнетт" приходилось бороться с серьезным противодействием. Старожилы СМИ уверяли, что истинное знание проблем, волнующих общество, не дает такой отдачи как общее представление об обществе. Они также подвергали сомнению долговременность проектов.

Важной причиной является также такой момент, как профессиональные устремления молодых репортеров, например, в Бингэмптоне, которые надеялись уйти из газеты через пару лет. Издания Шарлотт и Сан–Франциско имеют более устоявшийся штат и направления развития газеты были более или менее ясны всем.

"Журналисты действительно боятся, что всякие дешевые трюки и нововведения–однодневки, ориентированные на рынок, повредят их профессионализму", – считает Фридланд: "Существует тенденция рассматривать все новшества как кратковременные и сопротивляться любым нововведениям".

Репортерам предлагается проверить свои рефлексы и подумать о нетрадиционной подаче информации. Описывать суть происшедшего, а не концентрироваться на конфликте. Не сидеть за столом, а "идти в народ". Находить неформальных лидеров, влияющих на жизнь общества.

Как же убедить редакцию попробовать изменить установки? Шаг первый: определить движущие силы редакции. Какие вопросы и разговоры возникают и как они отражаются на страницах газеты. После того, как рефлексы определены, необходимо подумать о том, как их изменить. Варианты: открыто слушать общество (задавать людям вопросы об их надеждах, страхах и ценностях, а не об их мнениях), находить альтернативные голоса в среде граждан; в статьях стремиться передать всю сложность диалога с гражданами, избегать упрощения проблемы.

По каким законам развиваются проекты? Выводы исследования "Гражданские уроки" заключаются в том, что инициативы гражданской журналистики ничуть не менее профессиональны, чем традиционная журналистика. Во всех четырех случаях граждане отнеслись к СМИ–участникам проектов гораздо позитивнее. Жители районов отметили, что эти СМИ разбили стереотипы журналистики и, на их взгляд, действительно интересуются их проблемами и хотят их услышать.

Все четыре проекта предоставили людям ощущение возможности влиять на свою жизнь. Фридланд и Торсон с удивлением отметили, что даже те проекты, которые претворялись в жизнь не очень последовательно, были восприняты общественностью положительно.

Марти Штеффенс, руководитель "Пресс энд Сан Буллетин", Бингэмптон, заметила, что журналисты по-прежнему выискивают в базах данных граждан, активно участвовавших в проекте по восстановлению экономики "Лицом к будущему".

Есть свидетельства, что все больше и больше журналистов склоняются к использованию технологий гражданской журналистики в своих статьях. Результаты исследования, проведенного в начале апреля Американским обществом газетных издателей, показали, что большинство респондентов поддержали четыре принципа гражданской журналистики (при том, что в вопросах они таковыми названы не были).

– 96% одобряют или почти одобряют газетные репортажи с предложением возможных вариантов решения проблем, волнующих общественность, указывая возможные альтернативы.

– 88% одобряют использование в газете статей о частных инициативах, сопровождаемых редакционной статьей, с целью привлечь общественное внимание к проблемам общественности и помочь обществу двигаться в направлении поиска решения.

– 71% одобряют опросы общественного мнения с целью определения наиболее животрепещущих проблем, а затем определение кандидатов в фокус группы по этим проблемам.

– 68% одобряют городские встречи для определения ключевых проблем, волнующих общественность, с последующим написанием статей по этим проблемам с возможными вариантами их решения.

При этом первые два принципа получили наибольшее одобрение, поскольку во многом смыкаются с традиционной журналистикой.

Вот несколько советов о том, как сделать Вашу редакцию ближе к народу:

1. Изучить внутренние рефлексии редакции. Какие вопросы задаются? Как на них отвечают? Какие установки существуют? "Если мы не понимаем, каким образом в нашей редакции работает демократия, как мы сможем ее понять в нашем обществе?" спрашивает редактор Гил Телен.

2. Приглашать представителей общественности в редакцию, проводить с ними встречи, с тем, чтобы они поделились своим мнением о Вашей работе. В Бингэмптоне, штат Нью-Йорк, несколько бывших сотрудников IBM сели вместе с репортерами муниципалитета и показали, что они нашли в городском бюджете.

3. Привлекайте мыслителей извне, чтобы подвигнуть Ваших сотрудников на размышления.

4. Нанимайте людей любознательных, открытых ко всему новому.

5. Помогайте преодолеть страх неудачи и боязнь экспериментов.

6. Поощряйте журналистов, работающих в соответствии с этими принципами.

7. Избегайте ярлыков и жаргона, если это сбивает с толку ваших репортеров и редакторов. Разработайте язык, который станет рабочим в Вашей редакции.

8. Добейтесь, чтобы репортеры отводили специальное время для неформальных контактов с общественностью, для бесед – а не интервью – в закусочных, магазинах, и других общественных местах.

9. Для более формального изучения общественного мнения продумайте двухэтапный процесс: сперва мини-опрос, который обеспечит вам первоначальную информацию, которую затем следует проработать, оформить и углубить посредством второго, более широкого опроса общественного мнения.

10. И не забывайте на каждом этапе разъяснять Вашим читателям что Вы пытаетесь сделать. Вы сами поразитесь, какими они будут терпеливыми и прощающими!

Обучение гражданской журналистике (бюллетень "Гражданский катализатор", осень 1997)

Обычно подобные дисциплины преподают на старших курсах. Однако в настоящее время многие профессора предлагают подобные задания в течение всего периода обучения: от написания традиционных новостных статей до исследования аудитории. Кроме того, в настоящее время используется более широкий спектр технологий обучения.

Дэйв Боуинк из Университета Индианы предложил студентам обсудить пять возможных вариантов отношений между журналистами и общественностью: развлекатели, объективные каналы, сторожевые псы, защитники или гражданские журналисты. Затем класс был разделен на команды и каждая команда разработала свой план освещения новостей, исходя из одной из этих позиций, с тем, чтобы определить, как та или иная философия влияет на стиль освещения информации.

"Цель данного упражнения состоит вовсе не в том, чтобы показать преимущества гражданской журналистики. Скорее важно продемонстрировать, насколько отношения между журналистами и общественностью определяют стиль освещения информации", – говорит Боуинк. – "Студенты при этом сами решают, насколько для них ценны – и одновременно сложны – принципы гражданской журналистики".

Джилл Свенсон из колледжа Итаки на своих занятиях "Проблемы и новости" предложила студентам выяснить, что происходит, когда журналист "пересекает границу" между наблюдением и участием. Каждого студента попросили выбрать проблему, которую он хотел бы изучить, и в течение всего семестра регулярно докладывать о состоянии дел. Затем их попросили принять личное участие и посмотреть, как изменилось положение.

Например, студентка, занимавшаяся изучением проблем голода, сделала документальный радиоочерк о сокращении программ обеспечения малоимущих талонами на льготную покупку продуктов и провела кампанию по сбору консервированных продуктов. Ее взаимодействие с людьми, которые получили продукты, собранные в ходе кампании, явились для нее хорошим источником информации, поскольку они ей доверяли, так как видели ее заботу. Кроме того, она узнала мнения малоимущих по реформированию системы благотворительности. "Эти призывы к реформе со стороны тех, на кого система направлена, до сих пор полностью игнорировались государством", – говорит Свенсон.

Затем студенты писали эссе, которые продемонстрировали, что вовлечение имеет определенные преимущества и ставит серьезные задачи перед студентами, требующие значительной "внутренней борьбы", – говорит Свенсон. – "Когда Вы подходите близко к источникам информации, все оказывается не очень красиво и чисто".

Студенты также обнаружили еще одну "границу" за пределами той, что они уже пересекли – мотивация. "В отношении деловых и правительственных элит мотивация для репортера состоит в том, чтобы помочь либо источнику, либо себе", – говорит Свенсон. "В гражданской журналистике мотивация состоит в том, чтобы помочь обществу, и здесь громадная разница. Подобные конфликты просто не возникали".

Студенты Джеки Фарнана из колледжа Святого Джона Фишера в Рочестере, штат Нью-Йорк, осуществили грандиозный проект по общению с гражданами – включая интервью, форумы и обмен электронными письмами – в своей первой попытке работы на принципах гражданской журналистики. Цель состояла в том, чтобы определить важные проблемы для студенческих организаций.

Главной задачей для каждого студента было найти новые способы интервьюирования пяти других студентов. "Они стремились направлять или оформлять интервью, то есть задавать целенаправленные и прямые вопросы", – говорит Фарнан. "Я сказал: "Притормозите немного. Мы занимаемся совсем другим – давайте перестанем контролировать и поймем, что слушать лучше, чем брать интервью в традиционном смысле. Некоторое время студенты были в растерянности, им казалось, что собранный материал является непонятным и бессвязным, до тех пор, пока у них не набралось достаточно информации, чтобы позволить им увидеть систему".

На первый взгляд разрозненные проблемы и заботы студенческой общины обрели четкие формы: различие во взглядах, расизм, вандализм, профессионализм охранников – все это составные части общей проблемы, волнующей студентов: разрушение системы взаимоуважения в пределах общины. Затем студенты писали серию статей, каждый придерживаясь того или иного аспекта.

Несколько профессоров, включая Барбару Занг из Университета Миссури, Майка Килленберга из

Университета Южной Флориды и Шэрон Хартин из Государственного университета Вичиты, направляли студентов непосредственно общаться с гражданами своего района.

В течение многих лет Занг, в начале курса по написанию статей, предлагала студентам написать "сенсационный материал", а затем развить его, углубить, сделать проблемным. Накануне последней предвыборной кампании Килленберг предложил студентам взять интервью у граждан о том, за кого они собираются голосовать и какие проблемы их волнуют. На основе собранного материала студент-выпускник Эрик Эйр написал серьезную статью для "Санкт-Петербург Таймс".

Шэрон Хартин Иорио осенью, в рамках исследования новых возможностей интерактивного изучения аудитории, предложила студентам расспросить граждан о том, что их волнует в связи с выборами.

Шерил Гиббс (Эрлэм колледж в Ричмонде, Индиана) – одна из профессором, направлявших студентов общаться с гражданами. В прошлом она предлагала студентам читать ежедневные местные газеты в течение всего семестра, а в конце писать доклад, сравнивая, о чем пишет газета и о чем говорят в обществе.

Поддержка инициатив гражданской журналистики (бюллетень "Гражданский катализатор", осень 1997)

Центр гражданской журналистики Пью присудил гранты трем общественным объединениям: Бингемптон, штат Нью-Йорк, Пеория, штат Иллинойс и Портланд, штат Мэн, в целях содействия гражданам, вдохновленным гражданской журналистикой, в переходе на следующую ступень для конкретных действий и поиска решений сложных проблем.

"Эти три города серьезно отнеслись к решению наиболее животрепещущих проблем страны: рабочие места, управление и образование, – говорит Кэрл Дж. Хамнер, ассистент директора "Партнерства Пью", расположенного в Шарлоттсвилле, штат Вирджиния. –

Эта работа по вовлечению граждан в решение общественных проблем может служить моделью для других городов в их поиске талантов среди разных категорий граждан".

Бингэмптон, Пеория и Портланд принимали участие в проектах гражданской журналистики, финансируемых Центром гражданской журналистики Пью. В каждом городе граждане пожелали продолжить совместную работу по окончании проекта, и им требовалась помощь и руководство извне.

"Проект общественных перемен" создан с целью помочь гражданам сохранить прежний уровень работ по проекту, после того как центр внимания СМИ – как и должно быть – переместится на другие проблемы", говорит Джен Шаффер, исполнительный директор Центра Пью.

Каждый город получит годичный грант на сумму 20 000 долларов США.

Бингэмптон, штат Нью-Йорк "Взгляд в будущее" – совместный проект газеты "Пресс Энд Сан Буллетин", телекомпаний "WBNG-TV", "WSKG Public Broadcasting" и Университета Бингэмптона по вовлечению граждан в решение экономических проблем, возникших в результате сокращения оборонной промышленности в регионе.

С января 1996 по январь 1997 свыше 3000 жителей, выделенных посредством исследований, проведенных газетой, приняли участие в муниципальных встречах, транслировавшихся по телевидению в прямом эфире, работе специальной комиссии по изучению вопросов, связанных с молодежью, фокус-группах, телевизионных форумах и общественных слушаниях. Газета напечатала свыше 120 статей, WBNG-TV вело прямые трансляции, общественное телевидение сняло шесть часовых экстренных выпусков и взяло на себя подготовку "он-лайн" проекта, а университет подобрал семь фокус-групп.

Пеория, штат Иллинойс Журнал "Стар", телерадиокомпании WMBD, WTVP и WCBU выступили с проектом "Вызов руководящим органам". Партнеры совместно провели шесть исследований, четыре круглых стола и муниципальную встречу, в которых приняли участие порядка 2000 граждан. В конце прошлого года участники муниципальной встречи составили список из примерно 150 идей по улучшению количественного и качественного состава местного правительства. Кроме того, они подписали свыше 100 публичных обещаний, выражающих их желание работать над этими идеями.

На первом этапе "общественность определила возможные решения и людей, которые пожелали над ними работать", – говорит Джек Бримейер, главный редактор газеты "Стар". "Однако как идеям,

так и людям требуется руководитель".

На следующем этапе граждане выразили готовность взять на себя выбор и выращивание лидеров. Им было оказано некоторое содействие, включая создание "Центра некоммерческого мастерства" при колледже Иллинойса, чтобы помочь некоммерческим организациям находить источники финансирования, а также "Центра студенческого управления и общественных услуг" при Университете Брэдли для предоставления студентам возможностей управления.

Портланд, штат Мэн Проект "Гражданская кампания Мэна" стартовал как проект по освещению выборов на принципах гражданской журналистики.

Инициаторы проекта – газета "Портланд Пресс Херальд", Общественное телевидение Мэна, телекомпания WGME-TV (CBS) – обратились к гражданам города Сэнфорда с предложением обсудить волнующие их вопросы. Они встречались каждые шесть недель большими группами. Однако когда выборы были позади, граждане пожелали продолжить сотрудничество. Обсуждение проблем их воодушевило и они начали размышлять над поиском решений.

Они продолжали встречаться за круглым столом и вскоре определили два основных вопроса для обсуждения: местное правительство и образование молодежи.

"Граждане Сэнфорда приобрели опыт и знания, необходимые для того, чтобы самостоятельно продолжить перемены".

Сравнительный анализ старой и новой моделей журналистики (бюллетень "Гражданский катализатор", зима 1997)

Крис Гейтс, Национальная гражданская лига (Денвер, штат Колорадо)

Многие общественные группы страны претерпевают значительные изменения своей культуры и поведения – однако большинство репортеров, освещающих их, застряли в старой модели журналистики, которая неспособна передать подобную информацию.

Старая модель журналистики отражает стиль жизни нашего общества 20 лет назад. Сейчас она не соответствует времени. Она неспособна отразить изменения. Поэтому мне кажется логичным, что журналистика также должна измениться.

Однако, как и при любых серьезных изменениях, здесь есть много вопросов. Следует ли менять людей или только практику? Являются ли те, кто работает по-старому, обязательно плохими специалистами? Работает ли еще старая модель журналистики? С позиции человека, специализирующегося на изменениях в обществе, считаю, что старая модель журналистики вовсе не является однозначно плохой, она просто немного устарела.

Старая модель

Давайте, сравним старую и новую модель. В прошлом жизнь американского общества управлялась и освещалась, исходя из четырех основных принципов:

1. Государство решало общественные вопросы. Решение общественных проблем и улучшение качества жизни находились в ведении государства, соответственно внимание СМИ и общественности концентрировалось на проактивной роли государства, деятельности избранных официальных лиц и политиков.

2. Прогресс всегда являлся результатом борьбы, в которой одна сторона одерживала победу, а другая терпела поражение. Соответственно статьи концентрировались на конфликтах и вытекающих из них агрессии и конфронтации.

3. Активная деятельность всегда отражала чей-либо интерес. Соответственно журналистам не было необходимости общаться с рядовыми гражданами, им достаточно было пообщаться с кем-либо, выражающим интересы общественности, чтобы заявлять о перспективах. Таким образом возник класс "кураторов" – "профессиональных граждан", представляющих специальные авторитетные или пропагандистские объединения.

4. Наконец, очень малое количество голосов в действительности имели значение. Вне зависимости от размеров общественной группы только горстка людей действительно могли влиять на ход событий.

Все эти факторы сформировали то, что мы сейчас называем старой моделью журналистики. Она фокусируется на конфликтах, деятельности правительства, голосованиях и кампаниях, она регулярно цитирует и обращается к горстке людей (иногда даже сговариваясь с ними) и считает это чрезвычайно действенным.

Подобная журналистика могла бы и сейчас существовать, если бы наше общество не претерпело за последние 20 лет столь серьезные изменения. В самом деле, многие полагают, что уровень конфликтов и недоверия, существующий на данный момент между общественными группами и СМИ, во многом идет от журналистских условностей. В то время как в обществе развиваются новые стандарты жизнедеятельности, они по-прежнему рассматриваются сквозь призму старой модели журналистики.

Меняющееся общество

Правда состоит в том, что мы находимся в процессе серьезных изменений в структуре нашего общества:

1. Государство больше не управляет обществом единолично. Федеральное правительство делегирует ответственность за изменения региональным и местным муниципалитетам. Прогресс начинается тогда, когда общественный, частный и некоммерческий сектора работают совместно с гражданами над решением их проблем. Это значит, что СМИ теперь недостаточно освещать только деятельность государственного и частного сектора, и необходимо понять, что некоммерческий сектор, возможно, более важен для общественности.

2. Прогресс не развивается больше по сценарию выигрышей–проигрышей. Общество, которое уже нашло способы выполнения насущных задач, осознает, что сотрудничество и консенсус – единственный способ движения вперед. Это значит, что СМИ должны найти способы освещения тем, не имеющих отношения к скандалам или исходу выборов. Написать статью о сотрудничестве, возможно, сложнее, но за этим будущее. Если в обществе, или на встрече, царит согласие, а журналист приходит к редактору и говорит, что писать не о чем, что люди "просто поговорили", он не понял сути.

3. Активность общества сейчас базируется скорее на общечеловеческих ценностях, чем на узкоспециализированных интересах. Споры не столь расчетливы, как раньше. Когда борьба базировалась на интересах, СМИ исходили из того, что многое из того, что говорилось общественными лидерами, было просчитано и рассчитано на определенный эффект. Исходной точкой было то, что люди говорят что–то с целью достижения компромисса в своем направлении, а не для того, чтобы действительно отстаивать свою точку зрения. Активисты, стоящие на позициях общечеловеческих ценностей, более всего хотят быть услышанными и понятыми. Разграничение общечеловеческих ценностей и узкоспециализированных интересов становится мериллом мастерства журналиста.

4. Существует много различных позиций, имеющих право на существование. "Серые кардиналы" прошлых лет все еще имеются в обществе, однако у них сейчас нет былой мощи. И хотя их еще цитируют, получают от них информацию и рассматривают как источники, на самом деле их осведомленность о делах в обществе все меньше и меньше. Сейчас образуются коалиции, объединяющие самых разных людей, представителей различных регионов и кругов. Многие из этих гражданских лидеров не похожи на наши представления о людях, облаченных властью, но их власть реальна.

Итак, с переходом от системы, опирающейся на репрезентативную демократию к чему–то более напоминающему демократию участия, СМИ должны найти способ соответствовать этим изменениям. С точки зрения перспективы, гражданская журналистика представляет собой долгожданную возможность искоренить нездоровые и непродуктивные отношения, которые существуют сейчас между гражданами и СМИ.

Новая роль редакции: координатор по работе с общественностью (бюллетень "Гражданский катализатор", лето 1998)

1 марта газета "Портланд Пресс Херальд" вышла на новый уровень гражданской журналистики. Она стала одной из первых газет в стране, которая приняла в штат координатора по работе с общественностью.

В обязанности координатора по работе с общественностью входит содействовать приобщению

граждан к общественной жизни, а также помочь газете держать связь с общественностью. Это был храбрый поступок редактора газеты Джинин Гутман, пионера гражданской журналистики, и недавно назначенного президента Мэг Уэстон, которая до прихода в СМИ активно участвовала в общественной жизни.

"Мы хотели бы создать жизнеспособную связь между нашими читателями, общественной жизнью, то есть нашей демократией и газетой", – говорит г-жа Гутман. – "Мы полагаем, что координатор по работе с общественностью может сыграть в этом положительную роль".

Сейчас эту должность занимает Джессика Томлинсон, которая также работала координатором по работе с общественностью Гражданской кампании Мэна – проекта, частично финансируемого Центром Пью. Джессика Томлинсон отметила, что за период работы в качестве координатора по работе с общественностью она полностью осознала важность этой должности, поскольку необходим постоянный контакт с общественностью, который не может входить в обязанности редактора или репортеров.

Чем же занимается г-жа Томлинсон? Вот лишь несколько пунктов в ее плане на 1998 год: – Организовать городские форумы, где репортеры и редакторы могли бы встретиться с общественностью и получить обратную связь.

Всем участникам раздать буклеты, разъясняющие, как можно взаимодействовать с газетой и включающие подробнейшую информацию, от рекомендаций по написанию пресс-релизов до телефонных номеров каждого репортера.

– С помощью программного обеспечения KOZ запустить сетевую версию еженедельного развлекательного приложения для молодежи.

Молодежь всего штата сможет вносить свой вклад в развитие издания и делиться мнением о еде, музыке, моде и политике.

– Дважды в неделю публиковать статьи под рубрикой "Общество крупным планом". В эти блоки включать статьи, направленные на возрастание роли граждан в политике. Если городской Совет планирует обсуждение какого-либо доклада, читатели должны знать, где они смогут найти текст доклада, когда состоится обсуждение, а также телефонные номера членов Совета.

– Оказывать содействие в проведении ежемесячных семинаров для сотрудников по гражданской журналистике. На прошлых заседаниях рассматривался вопрос о том, что люди хотели бы получить от прессы, а также обсуждались статьи ведущих практиков гражданской журналистики.

– Работать в качестве организатора проекта "Общественность Мэна и проблемы алкоголизма". Затем "Пресс Херальд" опубликует серию статей на 44 страницах о злоупотреблении алкоголем, а граждане представят в газету идеи о том, как продолжить разговор, инициированный данными статьями.

– В настоящий момент подготовительный комитет, состоящий из 12 членов, включая г-жу Томлинсон, занимается организацией диалога на уровне штата по потреблению алкоголя в Мэне. Свыше 1500 жителей штата участвует в программе изучения данного вопроса, которая продлится месяц.

– Координировать вопросы материально-технического обеспечения губернаторского проекта 1998 года "Проблемы Мэна в новом тысячелетии". Пять региональных форумов по всему штату соберут мнения граждан по ключевым вопросам для следующего губернатора. Семьдесят пять граждан, отобранных по демографическому принципу, соберутся на один день, чтобы обдумать проблемы и задать вопросы кандидатам. Информация будет собрана в виде книги и распространена между основными лидерами по всему штату.

Книга также будет служить руководством для газет при общении со следующим губернатором по проблемам, волнующим граждан.

Новый подход к информации (бюллетень "Гражданский катализатор", весна 1998)

Пятьдесят сотрудников газеты "Орандж Каунти Реджистер" – репортеры, редакторы и фотографы – собрались на встречу с тем, чтобы решить, как работать по-новому. Зачем это нужно 22-й по величине ежедневной газете в стране (ежедневный тираж 350 000), конкурирующей с "Лос-Анджелес Таймс"? "Мы хотим решить, что для нас самое важное, – говорит исполнительный директор Кен Брусик. – И обсудить, что нужно сделать, чтобы наша газета стала еще лучше. Мы

надеемся, что наша работа поможет выработать в читателях чувство общности. Мне кажется, что без этого чувства газета, в общем—то, и не нужна. Если мы не сможем сообщать людям полезную информацию, новости и знания, мы их потеряем навсегда".

Цели:

- Конструктивное освещение, которое позволит гражданам делать выводы по вопросам, которые затрагивают их жизнь.
- Более авторитетное освещение, обеспечивающее глубину и ситуативность.
- Интерактивное освещение, которое объединяет читателей и других людей и связывает их со сферами, где они могли бы действовать.
- Более глубокое освещение с учетом различных мнений, голосов и перспектив.
- Более актуальная информация, концентрация на проблемах, которые действительно затрагивают жизнь людей.

Журналисты "Орандж Каунти Реджистер" обычно обсуждают идеи статей, задавая себе вопросы, которые должны заставлять думать.

Например:

- Какова душа статьи?
- Что движет статьей?
- Что вызывает интерес или сомнения у общественности?
- Что бы мы хотели, чтобы читатель вынес из этой статьи?
- Какими способами можно построить эту статью? Какой из них оптимальный?
- В чем угроза? Кому?
- Как мы подаем контекст? Значение? Осведомленность?
- Какие данные для связи мы приводим? Как людям действовать?
- Как мы сообщаем людям о том, чего не знаем?
- Как данная статья вписывается в освещение ситуации в целом?
- Выражает ли данная статья интересы и мнения всей общественности?
- Какой материал статья предлагает для будущих статей?
- Какие уроки мы извлекли? "Если мы это сделаем, у нас будет замечательная газета, и читатели будут ей верить".

"Мы поможем общественности, вооружая людей знаниями, которые они смогут использовать для принятия правильного решения, например, в отношении правительства или школы. Они будут лучше понимать свое место в обществе. Мы дадим им возможность управлять своей жизнью".

Изменение характера местной газеты (бюллетень "Гражданский катализатор", осень 1997)

Деннис Хэртиг, "Вирджиниан Пайлот"

Порядка 400 000 человек регулярно открывают газету "Вирджиниан Пайлот", чтобы прочесть о преступлениях, городской администрации и школах. При этом примерно треть выражают недовольство тем, что прочли. То есть каждый день десятки тысяч людей остаются недовольными статьями, которые являются чрезвычайно важными для общественной жизни и успеха газеты.

Это плохо как для общественности, так и для "Пайлот". Неудовлетворенность подачей новостей может привести к потере интереса к общественной жизни. Должно быть также верно и обратное.

С начала марта мы каждую неделю три страницы газеты отводим под статьи, созданные в соответствии с принципами общественной журналистики, в стремлении лучше служить общественным интересам, как если бы мы служили своим собственным.

Каждая страница посвящается конкретной теме. Некоторые статьи и очерки – доски объявлений, истории на тему "американской мечты" и заметки на криминальные темы – можно найти практически в любой газете. Но традиционное содержание не означает, что работа сделана. И мы создали новые направления, такие как сравнительные таблицы, муниципальный план работы, обмен информацией с мест и карты криминальной ситуации.

20 августа. Страница "Общественная жизнь". Форма подачи плана работы городских властей Вирджиния Бич обеспечивает отчетность и последовательность. Многие обвиняют журналистов за то, что они разбивают сложные проблемы на маленькие кусочки, так что суть теряется. Данная схема показывает основные приоритеты для общества, статус работы и последующие шаги. Информировав о статусе работы, она позволяет людям требовать отчета от официальных лиц.

Страница под названием "Обмен информацией с мест" высвечивает решение проблем общественности и предлагает ролевые модели для обычных людей, выполняющих важную работу.

"Вчера" – это краткое изложение реальных действий, предпринятых городскими властями накануне. Служит в качестве указателя для более детальных статей и позволяет людям быть в курсе дел соседних городов, затрачивая минимум времени. Вопросы поступают от обычных граждан.

Ключевой вопрос при формировании этих страниц: какую информацию людям необходимо регулярно получать, чтобы более эффективно участвовать в общественной жизни. Мастерство состоит в том, чтобы информация на этих страницах воспринималась как новости, а не поучение, чтобы она была интересной и призывала к действию. Например, серия очерков на странице "Общественная жизнь" под названием "Как тратятся Ваши налоги".

Определение цели является ключевым вопросом для превращения традиционного сбора новостей в гражданскую журналистику.

Надеемся, что это войдет в привычку. Для каждой страницы определение общей цели и трех-четырёх предметов является ключевым при выборе статей и принятии решения.

Предметы для каждой страницы свои, но объединены общими идеями.

Страница "общественная жизнь" включает сравнительные таблицы, статьи о правительстве, полиции, судах. Цель: "Предоставление политической информации, с тем чтобы люди могли более эффективно следить за выполнением официальными лицами своих обязанностей и осуществлением общественных программ".

Цель и предмет статей, посвященных рядовым гражданам, отличаются. Например: "предложить людям идеи и примеры того, что они могут сделать, чтобы их жизнь и жизнь общества стали безопаснее".

Статьи, привлекающие общественное внимание, включают несколько жизненно важных общественных приоритетов. Например: "забота людей об образовании своих детей требует информации, необходимой для определения направления действий и оценки последствий".

Идеи гражданской журналистики придают статьям прагматичный, оптимистичный тон. Вот основные принципы: – Подавать политику исходя из необходимости решения проблем, волнующих общество, а не как соревнование групп по интересам.

– Обеспечивать последовательность, описывая детали, относящиеся к делу, напоминая читателям предысторию вопроса, показывая, в чем состоит угроза для общества.

– Осознавать, что люди заметят разницу только тогда, когда увидят возможность влиять на исход дела, либо когда к их мнению относятся с уважением.

– Самое главное, воспринимать обычных людей как важный источник информации, а не пассивных потребителей и зрителей.

Эти три страницы содержат шесть колонок без рекламы и оформлены в единообразном стиле. Две внешние колонки содержат регулярную информацию, некоторые полезные данные или статьи о

людях, добивающихся изменений. (Принцип работы: ощущение возможностей, рядовые граждане как важнейшее достояние общественности.) Наиболее успешной стала еженедельная колонка на странице "Общественная жизнь" под названием "Обмен информацией с мест", посвященная решению проблем на местах. По следам информации, представленной в данной рубрике, следует множество звонков, и не журналисту Майку Кнеплеру, а субъекту статьи. Таким образом, Кнеплер помогает также распространять практические решения ключевых местных проблем и создавать объединения людей со схожими заботами.

Эта работа чрезвычайно важна для общества.

Четыре центральные колонки каждой страницы содержат основной блок, содержащий информацию, позволяющую дать оценку работе или сравнительную таблицу (политика как решение проблем).

На странице "Общественная безопасность" раз в месяц в виде сравнительной таблицы подаются очерки с графиками уровня преступности в каждой местности и каждом городе, которые мы освещаем. Регулярный читатель будет знать свой уровень безопасности по сравнению с другими городами, регионами, штатами. Несколько раз мы обращались к теме уровня преступности в местах больших скоплений людей: центр города, крупные магазины, студенческие общежития. Другие три недели месяца на странице превалирует анализ направлений преступности.

Например, на странице публиковались очерки о росте потребления марихуаны среди подростков, вероятность преступлений против личности в отношении пожилых людей (вопреки устоявшемуся мнению эта вероятность не очень высока), эффективность полицейского патрулирования на велосипедах для предотвращения мелких преступлений, движение рынка наркотиков из города в город. Цель – создать широкое общественное понимание реального риска, в противовес нагнетанию страхов.

На странице "Общественная жизнь" сравнительная таблица может быть представлен в виде детального графика, показывающего тенденции голосования чиновников, план работы с основными приоритетами города, их текущее состояние и последующие шаги. Рубрика "Как тратятся ваши деньги" с освещением важнейших финансовых вопросов, которые часто выпадают из традиционных репортажей.

Цель – держать общественность в курсе дел по поводу важнейших проблем.

На странице "Образование", идея сравнительной таблицы воплотилась в данные об успеваемости студентов каждого ВУЗа в процентах. Сравняются также уровень трудоустройства и выпускные оценки каждого колледжа и университета. И проверяется, как общественная политика и финансы влияют на возможности студентов участвовать в специальных программах для наиболее одаренных.

Цель – предоставить общественности необходимую информацию для контроля над системой образования.

"Пайлот" также получает большую отдачу от этой работы: если мы успешно работаем, спрос на нашу работу увеличивается, и, соответственно, увеличивается читательская аудитория и тираж. Но выгода, конечно, не только в этом. Образ мыслей, который формируется при работе над этими страницами, может сделать нашу традиционную работу более полезной и в действительности сможет популяризировать связи с общественностью. Это будет огромная общественная польза для Вирджинии Бич, Норфолка, Чизпика, Портсмута и Саффолка – пяти крупнейших городов, где выходит наша газета.

О результатах эксперимента говорить пока рано. Должен пройти еще год, прежде чем можно будет делать выводы. Но некоторые моменты уже ясны: Эти страницы изменили характер подачи местных новостей. Ежедневное освещение не базируется больше на конфликтах, как это было ранее. Оно все более проникает в основные идеи и ценности, лежащие в основе конфликта, реальные возможности выхода и возможные последствия каждого выбора.

26 августа. "Общественная безопасность". Статья на первой полосе "В 1996 году угнано на 27% меньше машин" – пример статьи, которую мы бы не приняли для страницы "Общественная безопасность". Подготовив статью "Налоговые ставки на имущество в Норфолке высоки, но падают", репортер обнаружил снижение количества угонов машин. Статья изучает причины. Дважды в год мы публикуем криминальную карту каждого города, один раз в отношении преступлений против личности, другой раз – преступлений против собственности. Мы называем этот подход "факты в борьбе со страхами". Он позволяет людям оценить относительный уровень безопасности своего

района, города, и сравнить с соседними районами и городами.

Официальные лица все меньше доминируют в наших статьях. Мы показываем обычных людей, делающих политику – которую мы определяем как решение общественных проблем, требующих совместного решения – как важных участников.

Мы сейчас создаем статьи, которые год назад бы не могли появиться. Один из лучших примеров репортажей в области образования возник как идея для страницы "Образование". Планировалось еженедельно разъяснять простым языком стандарты новых учебных планов. В конце концов получилась шестидневная серия, нацеленная на то, чтобы помочь родителям справиться с возрастающими требованиями. Два года назад этот материал был бы подан как столкновение мнений работников образования.

Поскольку мы тщательно отслеживаем тенденции преступности, мы выделили несколько районов внутри городов, где преступности нет вообще и показали, как жители этих районов заботятся друг о друге. В другой мы обнаружили 25%-ное падение количества угонов автомобилей и связали этот факт с нормами предосторожности, предпринимаемыми торговцами в районах с высоким уровнем преступности.

Репортеры не проявляют особого энтузиазма. Их можно понять. На подобные статьи им приходится затрачивать до 3–5 дней, и им кажется, что лучше это время потратить на написание статей, вполне пригодных для первой страницы.

Читатели же реагируют положительно. Каждые три месяца мы спрашиваем читателей, насколько они довольны "Пайлот". В исследовании, проведенном через три месяца после запуска этих страниц, процент ответов "очень доволен" и "чрезвычайно доволен" в отношении освещения проблем образования вырос с 60 до 80. В отношении освещения проблем правительства и преступности изменений не наблюдалось. Эти три страницы уже нашли еженедельную аудиторию порядка 225000 человек. По нашим данным, этот подход привлек многих читателей, которые индифферентны к нашему более традиционному подходу к теме правительства, преступности и статей о школах.