

Надо учитывать особенности нынешней ситуации в России

Андрей ЦИТОВСКИЙ, журнал "Среда"

По моему мнению, пресса должна себя осознавать элементом, пусть специфического, но все-таки бизнеса. И в этом плане работа с гражданским обществом и с его элементами – это работа по выстраиванию для СМИ своей маркетинговой стратегии.

Во-первых, журналистам должно быть ясно, что, чем активнее будет развиваться гражданское общество, тем быстрее будут развиваться общественные инфраструктуры, тем больше будет заинтересованных читателей. Поэтому пресса должна осознанно поддерживать не виртуальные организации гражданского общества.

Во-вторых, серьезная, содержательная пресса объективно нуждается в нормальных источниках информации, рассчитанной на серьезную аудиторию. А общественные организации являются одним из самых надежных источников такой информации.

В-третьих, надеюсь, что психологический шок, которому мы были подвергнуты в августе 1998 года, немножко выправит наши мозги, и мы поймем, что ни у государства, ни у коммерческого сектора сейчас практически не осталось ресурсов для субсидирования прессы. Поэтому надо находить конфигурацию совокупных ресурсов. Не только денежных, но и таких, как репутация, накопленный информационный массив и т.д. Сотрудничество СМИ и НГО также можно рассматривать в качестве одного из ресурсов. И это тоже одна из причин, почему нужно находить формы взаимодействия СМИ и НГО.

Однако пресса станет элементом гражданского общества только в том случае, если она не будет рассматривать себя лишь как инструмент информационного давления, как средство политической борьбы, а займется поиском материалов о нормальной живой жизни, которая так или иначе пробивает себе дорогу.