

## Редакторов надо заинтересовать информацией о деятельности НГО

**Татьяна КАЛИНИНА, женская организация "Женщины 90-х", газета "Госпожа удача" (г. Челябинск)**

Здесь постоянно поднимается вопрос о наших взаимоотношениях с властью. Одни считают, что с властью надо сотрудничать, другие, что с ней надо быть настороже. Хорошо тем, у кого еще есть такая альтернатива. А если общественные организации просто подчинены администрации? В Челябинске, представителем которого я являюсь, осталось очень немного независимых общественных организаций.

Городские власти прибрали общественные организации к своим рукам. Создали Центр общественных организаций, собирают о них информацию, проводят семинары, время от времени чем-то помогают.

В результате большинство общественных организаций чувствуют себя обязанными городской администрации, ее должниками. И в итоге получается, что о независимости общественных организаций говорить так же смешно, как о независимости СМИ, которые подкармливаются государством, чиновниками.

Особенно остро это проявляется на уровне женских организаций. Женские организации существовали еще во времена советской власти, и по традиции большинство женсоветов сотрудничают с властью очень хорошо. А если и критикуют ее, то в обусловленных негласной договоренностью рамках.

Сайчас координационный совет общественных организаций возглавила заместитель председателя областного Законодательного собрания. Она как была самым передовым коммунистом в 60-х годах, такой и осталась. Я побывала на нескольких заседаниях этого совета и мне стало страшно. Терялось ощущение времени. Было непонятно, в каком году я живу: в 1998 или в 1968? Возникло ощущение, что ничего не изменилось, и женские общественные организации, которые вроде бы должны отстаивать свои права, на самом деле поют те песни, которые им предлагает законодательная власть.

А вот другой случай. Был у нас крупнейший областной Союз промышленников, который создавался под фанфары и при содействии прежней администрации. Это солидная организация, имеющая собственные деньги и совершенно не нуждающаяся в милостях администрации. Два года назад пришла новая администрация, и под такие же фанфары был создан новый Союз промышленников, потому что прежний Союз промышленников стал новой администрации не нужен. Старый Союз промышленников еще существует, но он уже не у дел. Все акции, все решения областной администрации проводятся уже через новый Союз промышленников. Вот такая ситуация с независимостью общественных организаций.

А теперь я хотела бы обсудить вопрос о взаимоотношениях НГО и СМИ. Понятно, что НГО нуждаются в СМИ. Если СМИ сообщают об НГО, то приходят новые члены, более активно сотрудничают с ней власти, легче реализуются программы. Однако в местных СМИ информации о деятельности общественных организаций немного. В конце мая 1998 года в Челябинске работал эксперт Агентства социальной информации. Он опросил многих редакторов газет и сделал вывод, что челябинские общественные организации практически не работают со СМИ. И это несмотря на то, что все редакторы единодушно уверяли, что дорога на страницы газет и журналов для любого представителя третьего сектора всегда открыта. Но цена этих уверений не очень высока.

Мы как-то подсчитали, что у нас, в Челябинской области, более 3000 различных общественных организаций. Однако если один-два раза в месяц мелькают сообщения о каких-то акциях, то это уже хорошо. Причем информация идет о деятельности тех общественных организаций, которые являются проправительственными, которые поддерживают власти. Если же действия общественных организаций идут вразрез с интересами властей, то о них почти не упоминается.

Поскольку я одновременно являюсь журналистом и руководителем общественной организации, я эту проблему рассматриваю с двух сторон и понимаю редакторов, которым вечно не хватает места, потому что все занято коммерческой информацией.

У меня, например, был случай, когда я принесла редактору информацию об очередном мероприятии нашей женской организации. Он с улыбкой принял материал. Через некоторое время

звоню: "Ну, что, опубликовали?". Секретарша спрашивает его по внутреннему телефону: "Опубликовали?", а он ей: "Вот еще, будем мы рекламу этой организации делать". Я все это слышу по телефону, а секретарша мне говорит, что его на месте нет, поэтому она никакой информации дать не может. Естественно, мы потом с ним поговорили крупно, но это отношение меня не удивило. Большинство редакторов считают, что информация о деятельности третьего сектора – это обыкновенная коммерческая информация, за которую тоже надо платить. А вот как переубедить редакторов газет, как сделать их союзниками, как сформировать в них чувство ответственности за развитие гражданского общества – это проблема, над решением которой нам всем надо думать.

Поэтому организации третьего сектора должны не ждать, когда придут журналисты и попросят у них материал, а заинтересовать редакторов своей информацией. Например, мы обнаружили, что в последнее время резко активизировали свою деятельность молодежные организации. Создан "круглый стол" молодежных организаций, вырабатываются очень интересные программы. А в прессе об этом почти ничего нет. Тогда мы организовали молодежное информационное агентство. Это абсолютно некоммерческая организация, существующая на чистом энтузиазме. Ее представители есть в различных школах, высших и средних учебных заведениях, в общественных организациях. Молодежное информационное агентство каждый день дает 5–6 информации во все СМИ. И информация стала публиковаться. Стало ясно, что в городе есть молодежное движение. И сейчас ребятам гораздо легче работать.

А что касается нашей газеты "Госпожа удача", то я специально завела рубрику "Новости третьего сектора" и там печатаю все, что кажется мне интересным о деятельности общественных организаций. Кроме того, мы на радио организовали еженедельную передачу, в которой выступают представители общественных организаций.

В заключение несколько предложений. Если организаторы конференции заинтересованы в том, чтобы в провинции больше говорили о третьем секторе, стоило бы организовать конкурс средств массовой информации на наиболее активное освещение деятельности общественных организаций. Этот конкурс должен широко освещаться, и победа в нем должны быть престижной.

Надо привлечь к этой теме общественное внимание, а для этого хорошо бы провести на телевидении круглые столы, посвященные обсуждению проблемы взаимоотношений прессы, НГО и общества.

Стоит внимательно изучить ситуацию с прессой третьего сектора. У первого сектора есть своя печать, у второго сектора уже целые информационные империи, и только третий сектор ходит в Золушках. Может быть, стоит простимулировать через гранты создание в каждой области газеты третьего сектора? Такие примеры уже есть, и надо этот опыт распространить.

Вопрос:

– Не пробовали ли вы совместно с другими областными общественными организациями, с которыми вы знакомы, получить всю или большую часть информации об имеющихся у вас областных и местных общественных организациях с целью обмена, координации, объединения усилий и тому подобное?

Т.Калинина:

– У нас такая информация есть, и мы сейчас думаем об эффективном ее использовании.