

Социально ответственная журналистика может быть коммерчески эффективной

Марина АТЧИКОВА, "Радио Ростова"

Я представляю "Радио Ростова", и наша организация, по-моему, одна из немногих, где грант направлен на развитие гражданской журналистики в нашем сообществе. Грант длился с июля 1999 года по апрель 2000 года. Он назывался "Гражданский Форум", и в рамках заложенных в нем мероприятий было, во-первых, проведение социологических опросов, направленных на выявление тех проблем, которые волнуют население. Далее, исходя из этих опросов, мы определялись с темами программ, и также мы создали свой web-сайт в сети Интернет, посвященный этим же проблемам. Еще мы делали небольшие ролики социальной рекламы длительностью до одной минуты и буклеты к ним.

Теперь краткая характеристика тех мероприятий, которые мы проводили. Когда мы думали, в каком направлении нам работать, мы решили гражданскую журналистику воплощать не с тех позиций, что нужно критиковать, ругать всех, а обратили внимание на те проблемы, которые волнуют людей. Тот первоначальный опрос, который мы провели, показал, что люди совершенно не хотят слышать критику – какую-либо критику вообще. Они хотят, чтобы мы помогли им решать их проблемы.

Я не могу сказать, что мы придумали что-то новое, мы постарались стать посредниками между населением и властью. Одновременно мы осуществляли информационную, просветительскую функцию. У нас была программа "Политологический словарь", в которой мы объясняли определенные термины, в том числе и такие, как "гражданское общество", "гражданская журналистика", "права человека". Проект закончился, но программа существует и сейчас, правда, в сокращенном варианте.

И последнее, что я хотела бы сказать. Многие жалуются, что для таких программ трудно найти финансовую поддержку. Да, на первоначальном этапе очень трудно. Но я считаю, что за шесть-восемь месяцев целевой поддержки программа может поднять свой рейтинг для того, чтобы потом она самофинансировалась. Наша аудитория, по последним социологическим опросам, составляет до восемнадцати процентов от общей радиоаудитории. Я считаю, что это достаточно высокий рейтинг, особенно для регионального уровня. Рекламодатели хотят размещать в этих программах рекламу.