

Служба средств массовой информации: сближение ученых и средств массовой информации

Разработаны программы по установлению более тесных контактов между учеными и журналистами

Фред Джером

Авария на атомной электростанции Три Майл Айленд в 1979 г. побудила создать Службу средств массовой информации (MRS), позволяющую журналистам вступать в контакт с учеными по телефону с тем, чтобы последние помогли прессе удовлетворить стремление общественности понять интересующие их проблемы науки и техники. Авария на Чернобыльской атомной электростанции в 1986 г. усилила это стремление. MRS создана Институтом ученых для информирования общественности (SIPI). Это – некоммерческая группа в США. Аналогичные службы были затем созданы в Канаде и Великобритании. Проявляется к ним интерес и во многих других странах.

В 12 ч 45 мин по восточному поясному времени 28 апреля 1986 г. из „СBS Ивнинг ньюс“ позвонили в MRS в Нью-Йорке с просьбой оказать помощь в подготовке газетного материала. Репортер сказала, что над Данией и Швецией обнаружено радиоактивное облако, образовавшееся, как предполагают, в результате аварии на советской атомной электростанции. Она хотела узнать, можем ли мы связать ее с экспертами по местонахождению и конструкциям советских станций.

К концу дня в MRS насчитывалось уже 35 обращений со стороны средств массовой информации по Чернобылю. А на следующий день звонили уже 60 журналистов (к концу недели – 160), и все искали экспертов для получения у них комментариев по ядерной аварии.

Тогда, конечно, не было еще официальных сообщений с подробностями о самой аварии. Но на учете нашей MRS находятся 25000 ученых, включая экспертов, способных дать информацию о советских атомных электростанциях и сравнить их со станциями Соединенных Штатов Америки, а также ученых, могущих сказать об опасности или об отсутствии опасности от радиоактивного шлейфа, двигавшегося на США. Мы в эту неделю (и в последующие недели) помогли средствам массовой информации по таким вопросам, как горение графита, воздействие радиации на пищевую цепочку, влияние Чернобыля на атомную промышленность США.

Влияние крупных бедствий

Любые сообщения о технологическом бедствии притягивают нас к телевизорам и газетам в стремлении найти хотя бы какую-то информацию. Это происходит, по-видимому, из-за стремительности или неожиданности (не предполагается, что это случится) любого бедствия, так как „челнок“ должен летать, а атомная электростанция должна вырабатывать электроэнергию. А, возможно, из-за того, что нам непонятна сама суть бедствия. А, возможно, и по другим причинам, например, из-за подверженности человека ошибкам. Как бы там ни было, воздействие таких бедствий не знает национальных границ, соединяя нас воедино, объединяя весь мир тревогой и желанием поскорее узнать, что произошло, что происходит и что может произойти.

Г-н Джером – исполнительный вице-президент Института ученых по информированию общественности и директор Службы средств массовой информации в Нью-Йорке. С ним можно связаться через Scientists' Institute for Public Information, 355 Lexington Avenue, New York, NY 10017, USA. Эта статья – обновленный вариант его статьи, опубликованной в „Impact of Science on Society“ ЮНЕСКО.

Так было с чернобыльским бедствием, со взрывом „Челленджера” и с бхопальской катастрофой. Эти бедствия, происшедшие на трех различных континентах, вызвали немедленную и искреннюю тревогу народов всего мира и вместе с этим потребность в информации.

Роль, которую играла MRS в информировании общественности через средства массовой информации в эти полные напряженности, но бедные необходимыми сведениями дни, заставляет задуматься над тем, что вопрос о создании такой или подобной службы в других странах (как в развитых, так и в развивающихся) заслуживает серьезного рассмотрения. Но прежде чем рассматривать этот вопрос следует напомнить историю MRS.

Создание MRS

На семь лет и один месяц раньше Чернобыля произошла авария на атомной электростанции Три Майл Айленд в Пенсильвании. Возникшее тогда у общественности почти паническое состояние и журналисты, отчаянно добывавшиеся информации о ядерной энергетике, радиации и возможном расплавлении реактора, побудили нас в Институте ученых по информированию общественности создать Службу средств массовой информации. В конце 1979 г. хорошо известный и пользующийся самым большим доверием в США телекомментатор Вальтер Кронкит согласился стать почетным председателем новой программы, а Фонд Форда предоставил 75000 долларов как исходный вклад в данную программу.

Остальное, как говорится, история. Некоторые „мудрые старые обозреватели” предсказывали провал этому проекту. „У журналистов, – говорили они, – нет ни времени, ни интереса обращаться к посредническим услугам экспертных источников. Журналисты во имя сенсации удовлетворяются набросками наполовину готовых, непроверенных статей. А ученые слишком поглощены своей работой и слишком подозрительно относятся к средствам массовой информации, чтобы тратить свое время на разговор с прессой.”

Вопреки этим страшным предсказаниям к концу 1980 г. нами были привлечены в MRS 5000 ученых, а к середине 1981 г. от репортеров стали поступать запросы на уровне примерно 20 в неделю. В последующие годы это число постоянно росло. К июню 1989 г. более 25000 ученых вернули MRS вопросы с указанием областей их специализации и квалификации, а также их мнений по спорным проблемам в сфере их деятельности. (MRS всегда указывает экспертов с различными точками зрения, если в запросе журналиста кроется противоречие.) В среднем за неделю мы отвечаем более чем на 50 запросов средств массовой информации.

Буквально тысячи журналистов обращались в MRS за последние годы от небольших и крупных газет, специализированных информационных изданий и фундаментальных журналов, небольших отдаленных радиостанций и государственных телевизионных сетей. Их запросы касались различных областей (см. таблицы). За одну лишь неделю, например, запросы касались исследований артрита, возможной опасности для здоровья новых косметических средств, утечек токсичных химических веществ, будущей космической программы США, продолжающегося распространения СПИДа и использования роботов в автомобилестроении.

Виды средств массовой информации, сделавшие запросы MRS в 1988 и 1989 гг.

(в процентах)

Газеты	42,8
Журналы	24,1
Телевидение	14,3
Радио	2,5
Другие	16,3
Местные	58,7
Государственные	37,6
Зарубежные	3,7
Ненаучные	70,4
Научные	29,6

Расходы MRS, естественно, также возросли и в настоящее время составляют 500000 долларов в год. Наверное, самым красноречивым показателем успеха этой программы является то, что средства массовой информации от небольших независимых газет до гигантских издательских объединений передают Службе деньги. По последнему подсчету, 54 спонсора из числа средств массовой информации вносят каждый в среднем 2000 долларов, что составляет в целом 20 % бюджета MRS. (Взносы – добровольные, но запросы удовлетворяются MRS независимо от того, работает журналист на спонсора или нет.) Остальная часть бюджета пополняется различными фондами (60 %) и корпорациями, не связанными со средствами массовой информации (20 %).

Новый уровень значимости

MRS стала за последние годы крупным, если не самым крупным, источником информации для журналистов, занимающихся вопросами науки и техники. Однако за прошедшие 18 месяцев она достигла нового уровня значимости. Это произошло благодаря, если можно использовать это слово, трем большим связанным с наукой бедствиям: Бхопалу, взрыву „Челленджера” и Чернобылю.

Области, по которым были сделаны запросы MRS в 1988 и 1989 гг.

(в процентах)

Здравоохранение и медицина	35,8
Социальная наука и психология	15,1
Экологические проблемы	14,7
Здоровье и развитие детей	11,1
Естественные науки	4,9
Энергетика	4,1
Сложная технология	3,4
Военная технология, национальная безопасность	3,0
Национальные бедствия и погода	3,0
Сельское хозяйство	2,8
Другие области	2,1

Каждое из этих бедствий повлекло за собой рекордное число запросов в MRS со стороны средств массовой информации: 68 в неделю после Бхопала, 97 за неделю после взрыва „Челленджера“ и, как уже упоминалось выше, 160 в связи с Чернобылем. Но дело не в количествах запросов. Работа MRS после этих трагедий показала значение и необходимость для средств массовой информации такого центра по кризисным ситуациям.

Мы можем теперь установить некоторые существенные различия (помимо увеличения числа запросов) между обычной для MRS неделей и неделей реагирования на кризисную ситуацию:

- В кризисную неделю фактически все запросы MRS касаются кризиса, тогда как в течение нормальной недели, как уже говорилось, поступают самые различные запросы по любым областям знаний.

- Во время нормальной недели лишь 30 % запросов поступает от крупных средств массовой информации (газеты с более чем 100000 тиражом и государственные телевизионные сети) и 70 % – от мелких, местных средств массовой информации. В кризисную неделю это соотношение становится обратным.

- В нормальную неделю только около 15 % запросов MRS поступает от телевидения, а в кризисную неделю на телевидение приходится половина запросов.

- В среднем за неделю только 10–20 % журналистов, обращающихся в MRS, требуют немедленного ответа (в пределах двух часов), причем большинству из них не нужны фамилии, и они звонят различным ученым по меньшей мере полдня. Однако во время кризиса практически все запрашивающие хотят говорить с экспертами немедленно.

Эти факторы нуждаются в уточнениях в отношении обычной работы MRS во время кризисов; они обуславливают необходимость разработки способа „аварийной реакции на запросы“ средств массовой информации. Они подчеркивают также значение наличия в нашем распоряжении экспертов высшей квалификации, работающих в ведущих профессиональных обществах, исследовательских центрах, правительственных учреждениях и университетах страны.

Во время кризиса MRS становится не просто „приятной“ программой, протягивающей руку помощи журналистам, которым нужно проверить некоторые факты или найти нескольких экспертов, на чьи мнения можно сослаться. MRS сразу же становится решающей силой в обеспечении информацией встревоженной или даже находящейся в полужестком состоянии общественности. Продюсер телевидения, который звонит в 15 ч 30 мин. с просьбой найти эксперта для выступления в прямом эфире в 17 ч 00 мин по поводу возможной радиационной опасности, не имеет времени для проверки альтернатив. Велика ответственность MRS в такой ситуации, так как ей нужно назвать ответственных, нерастерявшихся и с четкой позицией экспертов. Это – весьма ответственная роль в критическое время.

Выражение горячей благодарности журналистами основных средств массовой информации страны, обращавшимися в MRS во время кризисов в Бхопале, с „Челленджером“ и в Чернобыле, свидетельствует о том, что мы хорошо выполняли свою работу. Сейчас мы работаем над тем, чтобы быть готовыми к возможным будущим чрезвычайным ситуациям: мы должны обеспечить контакты и, при необходимости, немедленные контакты с высококвалифицированными экспертами по токсикологии, радиологии, конструкционной технологии, сейс-

мологии, авиационной безопасности, военной технологии и др.; подыскиваем экспертов с опытом работы на телевидении и проверяем нашу систему быстрого реагирования.

К сожалению, бедствия будут происходить. Ценой, которой мы оплачиваем передовую технологию, являются весьма серьезные последствия технологических просчетов. Справедливо утверждать, что это очень высокая плата. Поэтому нам надлежит очень хорошо подготовиться к тому, чтобы быстро обеспечивать обеспокоенную во время таких кризисов общественность точной и ответственной информацией.

Международное применение

Так как все страны создадут передовой научный и технический потенциал, должна быть, по-видимому, серьезно изучена и возможность разработки программ, подобных MRS.

После чернобыльского бедствия в „Сан Франциско кроникл“ за 9 мая 1986 г. под заголовком „НЕРАЗБЕРИХА В СООБЩЕНИЯХ О ВЫПАДЕНИИ РАДИОАКТИВНЫХ ОСАДКОВ ВЫЗЫВАЕТ ВЗРЫВ ИСТЕРИИ В ЗАПАДНОЙ ГЕРМАНИИ“ появилась заметка из „Дойче прессе агентур“, посланная Эвелиной Бонэ из Гамбурга. В заметке в частности говорится:

„Чернобыльское ядерное бедствие вызвало у жителей Западной Германии „истерию“; по словам одного высокопоставленного лица, при дожде улицы пустеют, уничтожается доставляемый грузовиками салат для того, чтобы избежать невидимого яда, висящего в воздухе...“

Причиной этого страха является поток противоречивых советов, даваемых официальными лицами в Бонне, Гамбурге, Майнце и Ганновере относительно того, как должны 60 миллионов западных немцев вести себя в условиях наличия радиоактивности в воздухе, в дожде и в почве. Ни одна из европейских стран не испытывает такого потрясения.“

Написанная в том же духе статья в „Нью-Йорк таймс“ от 14 мая 1986 г. (из Парижа) начинается так: „Во Франции объявлено о формировании сегодня межведомственного комитета для изучения информации о ядерном бедствии в СССР. Правительство приняло меры по успокоению тревоги у общественности в связи с запоздалым обнаружением того, что на Францию воздействует намного большая радиоактивность, чем обычно после аварии.“

В этих статьях знакомое звучание. Именно такой была в обществе атмосфера страха и замешательства после аварии на Три Майл Айленд в 1979 г., приведшей к созданию MRS в США.

Для других стран идея разработки программы типа MRS в США не нова. По образцу MRS были разработаны соответствующие проекты в Канаде (в 1984 г.) и в Великобритании (в 1985 г.), а Австралийская академия наук серьезно изучает вопрос о проведении аналогичной операции.*

*Двуязычная система SIS (Источники научной информации), созданная Канадской ассоциацией научных писателей, находится в Научном центре Онтарио в Торонто. Английская MRS, созданная Фондом Сиба, располагается в помещениях Фонда в Лондоне.

Ряд журналистов и ученых из Федеративной Республики Германии посетили наш офис в Нью-Йорке и выразили желание начать такое же дело.

В некоторых развивающихся странах также проявляется к нему большой интерес. Мы получили ряд писем по этому вопросу из Индии. Одно из них от президента Индийской ассоциации научных писателей К.С. Джаярамана. Делегация ученых из Китайской Народной Республики провела недавно полдня в нашем офисе, выразив большую заинтересованность. А президент Союза африканских журналистов Салах Галаль сообщил прошлой осенью: „Союз африканских журналистов мог бы оказать помощь в создании MRS в своей штаб-квартире в Каире.“

Но вероятнее всего следующей страной, где будет создана MRS, явятся Филиппины. Научный писатель Адлай Амор из Фонда прессы Азии выступил с детальным предложением относительно MRS и изыскивает в настоящее время 50000 долларов для обеспечения соответствующей программы в течение первых трех лет.

В каждой стране, естественно, существуют свои условия, к которым должна быть приспособлена работа службы типа MRS. (На Филиппинах, например, в большинстве мест, кроме Манилы, не очень развита телефонная сеть, и предложение Амора предусматривает использование других каналов связи, по крайней мере на начальном этапе.) Но основной принцип таков: по мере развития технологии растут потребности общественности в информации.

Значение MRS не ограничивается случаями бедствий или кризисов. Это далеко не так, и особенно в развивающихся странах, где новые научные и технические успехи являются во многих отношениях ключом к будущему, осознание и понимание общественностью этих успехов могут быть критическими. В самом деле, за последние несколько лет состояние окружающей среды стало одной из острых проблем, вызывающих в мире беспокойство как общественности, так и средств массовой информации. Для того, чтобы рассеивать такого рода беспокойства и способствовать лучшему пониманию общественностью экологических проблем, Институт ученых по информированию общественности создал Международную горячую линию. Эта новая служба, расширяющая и дополняющая MRS, будет связывать иностранных журналистов с экспертами по экологии во всем мире. Журналисты, желающие воспользоваться горячей линией, могут запросить Нью-Йорк, США, 212-661-9110, или обратиться к нам по телефаксу 212-599-6432.

Область науки не всегда радужна, однако в целом наука и техника являются двигателем социального и экономического прогресса. Но без точной, надежной и заслуживающей доверия информации неинформированная общественность становится скептической, подозрительной и даже циничной. Информированная же общественность – неоценимый резерв для любой страны.

А в современном мире информированность общественности зависит от информированных средств массовой информации.

