

СПЕЦИАЛЬНАЯ ПРЕССА: ПРОБЛЕМЫ ДОСТУПА К ИНФОРМАЦИИ

Кроме многочисленных газет и журналов общеполитического, общекультурного, развлекательного и другого характера, объединяемых термином "массовая пресса", в России существует так называемая специальная пресса, включающая в себя сериальные издания, более или менее углубленно освещающие проблемы той или иной области человеческой деятельности. Другим критерием "специализированности" хотя и не самым ярким, выступает вычленение сегмента читательской аудитории по профессиональным, либо иным признакам.

Специальная пресса как особая сфера журналистики

Количество изданий специальной прессы исчисляется тысячами наименований. Совокупный разовый тираж сериальных изданий, посвященных, например, проблемам строительства, инвестиций, архитектуры, дизайна, недвижимости, коммунального хозяйства оценивается в миллион экземпляров, а аудитория - во многие миллионы читателей.

Среди всего множества специальных изданий в качестве наиболее значительных информационных блоков, в любом из которых функционирует по несколько десятков газет, журналов и журналоподобных изданий, выступают следующие: сельскохозяйственный, медицинский, образовательный, строительно-дизайнерский, экономический, научно-технический.

В рамках каждого блока обычно представлен достаточно широкий спектр изданий: от научно-популярных, в отдельных случаях ставших массовыми ("Здоровье", "За рулем"), до узкоспециальных с исчезающе малыми тиражами. За последние годы этот привычный спектр расширили издания коммерческого характера, которые весьма условно можно причислить к категории журналистики. Они имеют, как правило, журналоподобную форму, но содержат только рекламно-коммерческую информацию, либо слегка разбавленную малосодержательными текстами, направленными исключительно на стимуляцию спроса.

Имея разный качественный уровень, распространяясь в разных сегментах читательской аудитории, сообщество специальных журналов и газет обладает весьма широким и серьезным влиянием на все российское общество, особенно на наиболее развитую и активную его часть.

Учитывая, что значительная доля тиражей распространяется по подписке, а большую их часть составляют коллективные подписчики, можно с уверенностью сделать вывод, что ареал влияния специальной прессы охватывает огромные массы людей.

Изменения читательского спроса, происходящие в последние годы, вызвали рост количества специальных изданий любительского и полупрофессионального толка. Например, появились отвечающие новым реалиям российской жизни ранее не существовавшие издания по садовому дизайну, недвижимости, управлению собственностью, инвестициям.

Все более усиливающаяся специализация профессиональной деятельности, свойственная современному этапу развития экономики и общества, повлекла за собой

большую, чем ранее, дробность тематики изданий. В частности, в новой сфере недвижимости за последнее время возникли не просто издания, посвященные теме недвижимости вообще, но издания посвященные разным видам недвижимости и разным проблемам ее создания и управления каждым типом.

При этом обязательно следует учитывать важное обстоятельство: в отличие от общеполитических изданий, практически полностью лишившихся сегодня доверия большей части читательской аудитории, специальные журналы и газеты имеют, в среднем, гораздо более высокую репутацию. Это обосновывается самим характером изданий и рядом других объективных и субъективных обстоятельств.

Источники информации

Пользуясь широко принятой классификацией, источники информации для специальной прессы можно разделить на следующие категории:

- органы власти, управления, местного самоуправления, то есть все то, что идентифицируется с понятием "государство";
- корпорации, то есть экономические и социальные объединения людей, преследующие групповые интересы;
- люди, действующие от своего имени.

По степени значимости для специальной прессы их следует расставить в порядке приоритетов не так, как это привычно для общеполитической прессы.

Основным источником информации для публикаций выступают люди, а не органы власти, что характерно для универсальных СМИ.

Отражая проблемы одного или нескольких профессиональных сообществ, постоянно существуя и "варясь" в их среде, часто бывая выходцами из этой профессиональной среды, журналисты специальных изданий неизбежно обрастают множеством информационных каналов и общаются с людьми-носителями информации на неформальном, неофициальном уровне. Чувствуя себя членами одной корпорации, журналисты действуют по принципу: "не имей сто рублей, а имей сто друзей". Обращаться с официальными запросами, писать служебные записки считается в профессиональной среде просто дурным тоном. Сотрудники специальных СМИ, которые "качают права", требуют информации, ссылаясь на законы, в профессиональной среде не приживаются. Им просто не дают информацию и "выпихивают" на бюрократический уровень общения, что практически означает постоянный информационный голод, а то и информационную "смерть", так как российские бюрократы давно освоили мастерство бессодержательной отписки.

Понимая данную специфику, не приходится удивляться тому, что проблемы аккредитации, по большому счету, не волнуют журналистов специальной прессы, что отраслевые ведомства и корпорации не применяют у себя институт аккредитации как таковой. В этом просто нет необходимости ни у одной, ни у другой стороны.

Немаловажно и то, что многие профессиональные проблемы не могут быть поняты только с точки зрения простого здравого смысла. Их осознание и, тем более, описание часто требует хотя бы минимальной специальной подготовки. Любой дополнительный этап трансфера такой не совсем элементарной информации повышает вероятность ее искажения. Передача проблемы от первоисточника - человека, который глубоко и всесторонне в нее вник, через инстанции в пресс-центр приводит обыкновенно к

"испорченному телефону", что, кстати, "происходит зачастую и с общедоступной для понимания информацией.

Даже если пресс-центр как информационный институт функционирует, люди, работающие в нем, обычно сами не берутся давать более сложную, чем просто событийную, информацию и отправляют к первоисточнику.

Таким образом, основной массив информации, публикуемой в специальной прессе, в силу сложности и специфики самой информации, а также из-за корпоративных традиций, приобретает через неофициальные каналы, непосредственно от людей.

Второе место по значимости среди источников информации следует отдать корпорациям. Это естественно, поскольку круг проблем, описываемый специальными газетами и журналами, во многих случаях ограничивается одной корпорацией или группой родственных профессиональных сообществ.

Источниками корпоративной информации служат, как правило, должностные лица, причем, бывает, те же самые, которые дают неофициальную информацию в других обстоятельствах.

Официальная информация публикуется не потому, что она имеет высокую ценность для читателей. Как правило, наоборот. Официоз публикуется в целях декларирования позиции корпорации и для удовлетворения амбиций руководителей. Осознавая частую бесполезность многих материалов подобного характера, журнал или газета вынуждены их публиковать, поскольку находятся в формальной или неформальной зависимости от профессиональной корпорации. Третьим по значению в качестве источников информации выступают органы власти. В отличие от общеполитической прессы, основной массив информации получаемый из органов власти - это не интервью, не выступления и не объяснения по поводу злоупотреблений должностных лиц. Самой важной информацией от органов власти для специальной прессы считаются указы, законы, постановления, распоряжения, правила, инструкции и другие виды нормативно-технических регламентации и распорядительных документов. Для многих профессионалов юридические и технические нормы необходимы в повседневной работе, так как они определяют правовое поле деятельности.

Практика работы в условиях дозируемой информации

Обрисованные обстоятельства, как общего характера, так и специфичные, формируют своеобразную картину получения и использования информации, имеющую по некоторым аспектам значительные отличия от практики общеполитических изданий.

Несмотря на эти отличия, проблема доступа к информации для специальной прессы столь же актуальна, как и для общеполитической. Структура проблемы несколько иная, ее острота не столь сильна (здесь пока не стреляют и не взрывают), но многие аспекты все же совпадают. Суть проблемы заключается в том, что явления, ограничивающие одну из основных гражданских свобод - свободу прессы, где и как бы они ни происходили, должны быть отмечены, проанализированы и раскрыты для всего общества, которое имеет право знать степень полноты и достоверности информационного поля, а также кто и что мешает его полноценному созданию и функционированию.

Сегодняшняя действительность такова, что специальные газеты и журналы, исключая, разумеется, рекламно-коммерческие издания, в некоторой части публикуют не то, что они хотят публиковать или что интересно читателю. Печатается то, что не противоречит интересам "хозяина" и есть в наличии. Не секрет, что сегодня во многих изданиях нет

очереди авторов на публикацию, так как гонораров в наши дни обычно не платят, а количество жаждущих опубликоваться ради славы или для создания признанного научного "багажа" сильно уменьшилось. Поэтому редакции зачастую формируют редакционный портфель, пользуясь только двумя типами информационных потоков.

Оба этих потока - внешние. Один складывается из стихийных авторских материалов, приносимых по инициативе самих авторов. Другой - из материалов, поставляемых подразделениями корпорации, стоящей за изданием.

Статьи, написанные журналистами редакций, встречаются редко, а публикации в жанре журналистского исследования проблемы путем "залезания" внутрь ее либо любые другие материалы, обнажающие действительную сущность, а то и изнанку проблемы, практически не попадают на страницах специальной прессы.

Посильный вклад в такую "беззубость" печати вносят сами журналисты, переквалифицировавшиеся в лучшем случае в редакторов.

Перечисленные обстоятельства объясняют почти сплошную комплиментарность профессиональной прессы и показывают часть причин того, почему специальные газеты и журналы не вполне адекватно отражают реальность.

Основные причины неполного и, зачастую, искаженного изображения той или иной сферы человеческой деятельности заключаются не только в недостатке достоверных сведений, но и в переизбытке односторонне позитивной информации.

Множество напечатанных и наговоренных слов вокруг какого-либо факта может создать ложное впечатление о том, что этот факт описан подробно и исчерпывающе. На уровне подсознания создается ощущение, что если столько всего уже сказано, стало быть, проблема освещена полностью. В качестве примера можно привести реконструкцию Манежной площади. Написано и сказано об этом много. Основная масса информации - позитивная, особенно по части инвестиций, будущих красот и выгод. Негативная информация находится в области эмоций и касается, прежде всего, скульптур, благоустройства и прочей дизайнерской сферы.

Попытки получить сущностную информацию о схеме финансирования проекта, разъяснение того, почему автор, выигравший конкурс, был отстранен от реального проектирования, наталкивается на стену молчания. Зачем платили огромные деньги британской консалтинговой фирме за экспертизу, хотя она не знает российских условий? В Москве существует целое управление экспертизы, не говоря уже о Российском главном управлении государственной вневедомственной экспертизы. Почему обошли их? Почему экспертизу делали не менее трех раз и результаты каждой отличались друг от друга? Почему вообще затевался этот проект без предварительных исследований, без уверенности в достаточном и своевременном финансировании иностранными инвесторами? Сколько средств было направлено на эту грандиозную стройку из городского бюджета? И так далее.

Перечисленные вопросы, составляющие лишь малую толику от множества вопросов, возникающих по поводу этого небесспорного, мягко говоря, проекта, не нашли ответа во властных структурах Москвы. На выдачу действительной информации о состоянии дел, на цифры и факты существует фактическое табу. Зато сколько угодно бессодержательных и путаных рассказов о будущих красотах и выгодах.

Причины ограничения свободы доступа к информации

Глубокие и исчерпывающие исследования как проблемы свободы доступа к

информации в сфере специальной прессы, так и самой специальной прессы, требующие прежде всего заинтересованного заказчика и соответствующего финансирования, в России пока не проводились. Тем не менее, даже поверхностный и выборочный анализ взаимодействия специальной прессы и информационных источников позволяет сделать определенные выводы о причинах ограничений свободы доступа к информации.

Первым в этом ряду бесспорно стоит стремление скрыть финансовые махинации разного рода, приоритетом среди которых пользуются казнокрадство и отмывание "грязных" денег.

Сфера строительства выступает в качестве наиболее показательного примера в данном отношении, поскольку является наиболее капиталоемкой отраслью, внутри которой возможны огромные злоупотребления и серьезные преступления. Чего только стоит пример "восстановления" Чечни во время боевых действий. Триллионы испарились - и все спокойно. Никакой толковой информации, особенно цифр и фактов, ни у одной причастной к этому делу стороны получить невозможно.

Похожих примеров можно привести с избытком, и все они будут свидетельствовать об идентичности этой части проблемы свободы доступа к информации и у общеполитической, и у специальной прессы.

Вторым мотивом сокрытия подлинных сведений служит стремление замаскировать научную или профессиональную некомпетентность. Эта причина в наибольшей степени присуща именно специальной прессе, в которой массив публикаций формируется во многих случаях внештатными авторами, пишущими о своих собственных достижениях либо об успехах коллег. Трескучее наукообразие частенько служит прикрытием обычной профессиональной несостоятельности, но разобраться в подобных писаниях в редакциях подчас некому, да и не сильно хочется, поскольку стимулов для компетентного и ответственного отбора, как правило, не существует. За примерами далеко ходить не нужно — достаточно открыть почти любой профессиональный журнал.

Третьим по значению мотивом ограничивать доступ к информации в системе специальной прессы выступает стремление скрыть потенциальный или актуальный вред от чьей-либо деятельности для населения и среды обитания. Этот мотив традиционен и привычен для всех типов средств массовой информации.

Если говорить о типичных примерах, то весьма ярким фактом следует признать длящийся с советских времен запрет на информирование населения о вредных свойствах строительных материалов и изделий. Мало кто знает, например, о том, что подавляющее число линолеумов ограничено в применении, либо запрещено к укладке в помещениях с постоянным пребыванием людей. Поскольку не существует никакой системы маркировки и идентификации опасных продуктов, также как нет и системы мониторинга конкретного применения, неблагоприятные для здоровья людей материалы миллионами квадратных метров стелятся на полы, что влечет за собой соответствующие последствия, в том числе отдаленные по времени.

Информация о категории опасности и ограничении применения, если она существует (а существует она не всегда, так как, в частности, импортные строительные материалы не сертифицируются в России органами здравоохранения), закрыта для доступа грифами секретности.

Ее, наверное, можно было бы потребовать раскрыть, так как она касается здоровья населения, которое имеет конституционное право знать о степени окружающих рисков. Но для того, чтобы потребовать раскрытия и снятия грифа, надо, по крайней мере,

иметь представление о том, что такая информация существует, узнать, где она хранится и кого надо просить о ее выдаче. Не редки ситуации, когда ни население, ни журналисты, ни экологические или правозащитные организации просто не подозревают о существовании подобного рода информации.

Следующим важным мотивом сокрытия информации следует признать стремление людей и организаций утаить проявления социальной несправедливости, стать "непрозрачными" для контроля общественности.

Не ходя далеко за примерами, достаточно затронуть тему загородных особняков или пресловутый квартирный вопрос, решающийся по разному, в зависимости от должностного или родственного положения.

В качестве последнего существенного мотива не допустить журналиста к информации стоит назвать стремление скрыть нарушения законов, других правовых и технических норм, а также норм профессиональной этики.

Подобного рода информация, обычно известная более или менее широкому кругу профессионалов, не становится темой для публикаций в специальных изданиях. Тут сильную роль играют обычаи ложно понимаемой корпоративной солидарности, по существу являющейся круговой порукой. И журналисты, даже понимая, что публикация на такую актуальную тему будет полезна, из указанных побуждений и из страха перед неминуемой порчей отношений проходят мимо подобных ситуаций.

Например, ни одно профессиональное издание не опубликовало ни строки критики относительно таких, явно авантюрных, или, по крайней мере, спорных проектов, как восстановление храма Христа Спасителя, строительство бизнес-центра "Сити" на Краснопресненской набережной, снос ряда памятников архитектуры в центре Москвы и т.п. Непрофессиональные издания — центральные газеты, общеполитические журналы помещали материалы, посвященные этим проблематичным акциям, но, естественно, без серьезного профессионального анализа, больше основываясь на эмоциях.

Специальная пресса молчит до сих пор. Не потому, что эти темы не волнуют специалистов, а в первую очередь потому, что отсутствуют критики-профессионалы, которые были бы способны осуществить необходимый анализ и доступно изложить его. Немногие из тех, кто в состоянии это сделать, не считают это возможным.

Методы ограничения свободы доступа к информации

Если говорить о методах, которыми пользуются источники информации для того, чтобы ограничить или ликвидировать доступ к ней для журналистов специальных изданий, то непременно следует отметить, что они отличаются от методов, применяемых к журналистам общеполитических или универсальных изданий. Отличие состоит не в разности применяемых приемов, но в сдвиге баланса от силовых методов к мотивационным.

Самым популярным и, надо отдать должное, самым эффективным методом выступает насаждение самоцензуры. Под самоцензурой в таком случае следует понимать добровольный выбор журналиста не интересоваться какими-либо фактами, а если что-то будет узнано случайно или из других источников - не публиковать эти сведения.

Выработка установок на самоцензуру производится обычно двумя путями - позитивным и негативным воздействием: стимуляцией и шантажом.

Имея в руках достаточно широкий спектр инструментов "кнуто-пряничной" системы, можно успешно манипулировать значительной частью специальных изданий того или

иного сегмента рынка.

В число наиболее эффективных способов заставить плясать журналистов под свою дудку входят:

- угроза отключения от каналов прямой или косвенной, легальной или нелегальной финансовой поддержки;
- угроза информационной блокады от определенного круга источников;
- угроза бойкота, а то и исключения из профессионального сообщества.

К числу приемов стимуляции следует отнести:

- вовлечение в жизнь профессиональной корпорации путем приглашения на мероприятия с последующим участием во всяких оргкомитетах, комиссиях и других организационных формах общественного характера;
- предоставление возможных персональных льгот: медицинского, курортно-оздоровительного, хозяйственно-бытового обслуживания;
- представление к премиям, наградам и иным видам поощрения внутрикорпоративного и общегосударственного характера;
- размещение платной рекламы и разовая спонсорская поддержка;
- предоставление возможности пользоваться атрибутами причастности к "высшим сферам", например: кремлевской "вертушкой", фельдъегерской связью, пропуском в тот или иной государственный орган и т. п.

Вместо журналиста с миссией ответственности перед обществом комплекс перечисленных методов формирует преданного сотрудника "паблик рилейшнз" при том или ином профессиональном сообществе, которому не нужно выставлять препоны на пути к полной и достоверной информации. Он сам придет к хозяину и спросит: "А как нам лучше вместе обмануть общественность?"

Следующим по значимости методом закрытия от журналистской любознательности необходимо признать простой, но эффективный способ изображать известный символ — глухую, слепую, немую и нечувствительную к щипкам обезьяну. Полное игнорирование любых вопросов, запросов, обращений, "игра в молчанку" - чрезвычайно распространенный способ отвязаться от назойливости прессы.

Третье место среди часто применяемых способов ущемления свободы доступа к информации можно присудить методу невыдачи запрашиваемых данных и подтверждающих документов по мотиву служебной или коммерческой тайны.

Поскольку не существует сегодня точного, однозначного и исчерпывающего закона, позволяющего правильно и бесспорно идентифицировать случаи присвоения каким-либо данным статуса конфиденциальности, проблема получения нужной информации открытым официальным путем зачастую становится неразрешимой, а журналисты вынуждены искать другие способы добыть сведения, в том числе не вполне законными методами.

Следующим в наборе ограничительных методов стоит прием "вешания лапши на уши", то есть выдача журналисту внешне правдоподобных, непротиворечивых с первого взгляда и подробных данных, на самом деле являющихся неполными, неисчерпывающими, а то и ложными. На юридическом языке можно сказать:

намеренное введение журналиста в заблуждение.

В случаях специального характера информации это обычно не представляет большого труда.

Примеров тому несть числа. Можно даже выразиться сильнее, и это не будет преувеличением: вся сегодняшняя политическая и экономическая жизнь насквозь пропитана ложью и утаиванием истинных данных.

В ход идет целый арсенал приемов, начиная от простой подмены терминов, например, введения в оборот термина "инфляция" при происходящей в действительности дефляции, до крупного системного агрегата, называемого жилищно-коммунальной реформой и включающего в себя подмену терминов и понятий, прямую ложь, недоговоренность, смещение акцентов и много иных методов.

В таких случаях на полную катушку используется обычная некомпетентность и журналистов, и подавляющего большинства населения. Это немудрено, поскольку сегодня информационная емкость любой области знания чрезвычайно велика и обширна, да еще, ко всему, наполнена значительным количеством "шумов" и "мусора". Чтобы разбираться в проблеме, нужно не только располагать большой суммой знаний о предмете, но и обладать пониманием сути явлений во взаимосвязях с прилегающими системами, а также иметь работоспособную систему критериев для оценки. Лишенные всего этого вынуждены удовлетворяться имитацией истины, зачастую искренне думая, что являются обладателями настоящей истины.

В качестве замыкающей в рассматриваемом ряду следует упомянуть физическое ограничение свободы получать информацию. Этот метод применяется в сфере специальной прессы так же, как и в других видах журналистики, но относительно реже и не в столь экстремальных формах. Чаще всего работников специальных газет и журналов не пускают в соответствующие здания и на территории, являющиеся предметом журналистского интереса. Сцены с размахивающими дубинками ОМОНовцами, запихивающими излишне любознательных в "воронки", весьма редки.

Борьба за статус четвертой власти

Картина нынешнего состояния российской специальной прессы с точки зрения свободы доступа к информации не внушает оптимизма.

По сравнению с аспектом этой же проблемы в общеполитической журналистике, в отраслевой печати присутствуют мощные внутрисистемные факторы, мешающие специальной журналистике осознать свою действительную миссию посредника между истиной и гражданами и в результате войти в лоно свободной прессы.

Учитывая такие обстоятельства, борьбу за приобретение действительного статуса "четвертой" власти в сфере специальной прессы стоит начинать с самих журналистов. Целесообразно, прежде всего, стратифицировать журналистский корпус на комплексные отраслевые сегменты и в каждом сегменте проинициировать пробуждение и усиление корпоративного журналистского духа. Эта работа должна увенчаться созданием системы журналистских корпораций, каждая из которых объединена общностью тематики.

При этом критерий различия сегментов читательской аудитории у разных типов изданий одной тематики не должен приниматься во внимание. Наоборот, наиболее полный, даже пересекающийся, охват населения каждой корпорацией предпочтителен, так как усиливает возможности влияния на аудиторию в целом.

Располагая даже отдельными формальными или неформальными журналистскими сообществами в каких-либо областях, можно многократно усилить роль специальной прессы на общем информационном поле и, в целом, в общественной жизни.

Начинать корпоративное сплочение специальной прессы лучше всего методом организации совместных мероприятий информационно-обучающего характера для руководителей газет и журналов того или иного сегмента специальной журналистики. Такая методика позволит "убить" не менее двух "зайцев" - повысить их квалификацию как журналистов и как руководителей, а также простимулировать создание корпорации.

Большая степень организованности журналистов позволит с иных позиций подходить к проблемам свободы доступа к информации.

Суть такой позиции состоит в установлении традиции корпоративной солидарности и согласованного давления на источники информации с целью расширения реальных пределов свободы доступа.

Общественное мнение, выразителями которого выступают средства массовой информации, должно манипулировать государственными чиновниками и корпоративными боссами, а не наоборот, как это часто происходит сегодня. В движении к статусу "четвертой власти" чрезвычайно важной составляющей выступает свобода доступа к информации, цена которой чрезвычайно высока и оправдывает то внимание, которое этому уделяет общество.

Александр СИДОРИН,
председатель редакционной коллегии журналов
"Архитектура и строительство России" и "Зодчество мира"