**Частное учреждение образования**

**«Институт современных знаний**

**имени А.М.Широкова»**

Факультет искусств

Специальность «Журналистика»

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**Тема: Основные источники информации для СМИ и методы их использования**

Работа выполнена

студенткой 5 курса

группы Ж-21

заочной формы обучения

Преподаватель:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Минск 2007**

# Оглавление:

**Введение**…………………………………………………………………………..3

# 1. Документальные источники информации………………………………...4

# 2. Предметно-вещевая среда как источник журналистской информации

2.1. Система информирования журналистов……………………………………9

2.2. Государственные организации как источники информации……………..10

2.3. Информационные агентства………………………………………………..11

# 3. Интернет как источник журналистской информации……….…………14

**4. Человек как источник журналистской информации**

4.1. Интервью……………………………………………………………………17

4.2. Массовое интервьюирование и анкетирование…………………………..20

**5. Вспомогательные способы получения информации**

5.1. Наблюдение и эксперимент………………………………………………..22

5.2. Общение журналиста с коллегами………………………………………..24

**Заключение**……………………………………………………………………..25

# Использованная литература………………………………………………….27

# Введение

При разработке замысла журналистского произведения необходимо, прежде всего, определиться с объектом изучения. На данном этапе работы журналисту необходимо владение навыками по сбору и обработке фактического материала. В этой связи наиболее актуальным является умение получить «нужную» информацию. Эта самая «нужная» журналистская информация должна обладать рядом особенностей, традиционный набор которых включает в себя объективность, правдивость, новизну, полноту, достоверность и др. Не следует забывать, что журналистская информация документальна. В её основе лежит реальный подлинный факт, найденный и оформленный журналистом.

В сущности, вся информационная среда делится на три основных типа источников информации: документ, человек и предметно-вещевая среда. Характеристике этих типов источников информации и посвящена моя работа, состоящая из пяти глав. В первой главе я попыталась проанализировать основные виды документов, с которыми приходиться сталкиваться журналисту и сформулировать основные принципы работы с ними. Вторая глава курсовой работы посвящена предметно-вещевой среде, особое место отведено так называемой системе информирования журналистов. Я попыталась также проанализировать роль такого источника информации, как информационные агентства и государственные источники информации. Третья часть курсовой посвящена сети Интернет, как одному из источников информации. В четвёртой главе курсовой работы была рассмотрена роль человека как основного информатора СМИ. И заключительная часть работы включает характеристику вспомогательных источников информации. Курсовая работа завершается выводами, сделанными в результате проведенного исследования.

# 1. Документальные источники информации

Существует большое количество определений понятия «документ». Причём некоторые из них более объёмны: документ – это «материальный носитель записи с зафиксированной на нём информацией для передачи её во времени и пространстве». Другие – более узкие: «документ – это юридически закреплённая бумага, утверждающая за её владельцем право на что-либо, подтверждающая какой-либо факт».[[1]](#footnote-1)

Говоря о значении документа как информационного источника в журналистике, неверно представлять его лишь в узком смысле. Между тем, как пишет Г. В. Лазутина «для журналистики актуальны оба значения слова: «деловая бумага» - лишь одна из многих разновидностей документальных источников информации, попадающих в сферу журналистского внимания в соответствии с целью деятельности».[[2]](#footnote-2)

Общение журналиста с документальными источниками информации начинается с их поиска. Работа с документами требует высокого уровня библиографической грамотности, широкого представления о типах и видах документов. В журналистике большинством исследователей принята следующая классификация документов. По типу деятельности:

1. Государственно-административные;
2. Производственно-административные;
3. Общественно-политические;
4. Научные;
5. Нормативно-технические;
6. Справочно-информационные;
7. Художественные.

Вторая классификация документов основана на группировке по сферам их обращения. Суда входят документы:

1. Производственные;
2. Общественных организаций;
3. Бытовые.

« Под *производственными документами* имеется в виду совокупность текстов (в том числе личных: заявления, докладные и объяснительные записки, просьбы), которые обеспечивают информационное обслуживание производственной жизни трудовых коллективов, нужды управления в государственной и производственной сферах».[[3]](#footnote-3) Такие документы подлежат регистрации, однако не существует ни нормативного акта, ни ведомственных инструкций, которые бы четко определяли порядок доступа журналиста к ним. Поэтому представители прессы нередко сталкиваются с отказами официальных лиц. Приходиться искать обходные пути, убеждать людей, имеющих отношение к этим документам, оказать помощь журналисту.

Равнозначная ситуация и с *документами общественных организаций* – текстами, обеспечивающими информационное обслуживание деятельности партий, движений, объединений разного рода. Во многих случаях представители пресс-службы, после запроса журналистом подобных сведений, просят обойтись предоставленными ими данными. «Это приводит к коллизиям, разрешая которые журналист, стремясь выполнить свой профессиональный долг, оказывается на грани риска: пытается добыть документы не вполне законным путём».[[4]](#footnote-4)

В работе с *бытовыми документами* – той совокупностью официальных и личных материалов, которая обеспечивает информационное обслуживание людей в быту, розыск – самое трудное. Большинство из них не подлежит учёту, к тому же они, как правило, представляют собой личную собственность человека (т. е. предъявить документ или нет, определяет только воля его владельца). «Обращение к документам такого рода, будь это письма, дневники, обязательства или расписки, требует от журналиста ясного понимания того, что право на получение и использование сведений из них ему даёт только добровольное согласие их обладателей.»[[5]](#footnote-5)

Социологами разработано следующее деление документов, применяющееся в журналистике:

1. По способу фиксирования информации (рукописные, печатные документы, кино и фотоплёнки, магнитные ленты).
2. По типу авторства (личные и общественные, например, расписка в получении денег и протокол собрания коллектива).
3. По статусу документа (официальные и неофициальные, например, постановление правительства и пояснительная записка).
4. По степени близости к эмпирическому материалу (первичные, например, заполненные анкеты, и вторичные – отчёт, написанный по результатам анкетирования на основе обобщения данных анкет).
5. По способу получения документа (естественно функционирующие в обществе, например, статистические отчёты по установленному образцу и «целевые», т. е. созданные по заказу журналиста – допустим, справка о деятельности учреждений).

Процесс освоения журналистом документа состоит из трёх этапов: извлечение данных, их интерпретация и фиксация. Первый из них предполагает умение журналиста быстро и глубоко перерабатывать знаковую информационную продукцию. Качество второго, основанного на анализе, оценке и объяснении полученных данных «зависит от того, насколько журналист умеет включать в соображения здравого смысла критерии оценок, задаваемые системой знаний общеметодологического и специального характера». [[6]](#footnote-6) Многое зависит от навыка точной фиксации данных, полученных в результате проработки документальных материалов. В данном контексте уместно говорить о создании нового документа – профессиональных записей журналиста, которые при определённых условиях могут иметь юридическую силу.

Обладая достаточным количеством документальной информации, журналист может построить некое сообщение, основываясь только на ней. Однако работа с документами обязательно предполагает как проверку их на подлинность, так и определение достоверности и надёжности заключённых в них данных. При возникновении сомнений в подлинности документа, т. е. в его действительном происхождении от того автора и при тех обстоятельствах, которые предполагает текст документа, необходимо специальным образом проанализировать его. Этот анализ предполагает внимание к содержательным характеристикам документа, его внешней стороне, в целях выявления признаков подлинности или несоответствия им. Иногда довольно трудно при помощи подобных приёмов определить подлинность источника, тогда на помощь приходят специалисты – текстологи, криминалисты.

Чтобы убедиться в достоверности информации, содержащейся в источнике, журналисты прибегают к правилам проверки достоверности документов, принятым в социологии. Согласно им необходимо:

1. Различать описание событий и их интерпретацию (факты и мнения);
2. Определять, какими источниками информации пользовался составитель документа, является она первичной или вторичной;
3. Выявлять намерения, которыми руководствовался составитель документа при его создании;
4. Учитывать, как могла повлиять на качество документа обстановка, в которой он создавался.[[7]](#footnote-7)

Не менее полезным является также проверка источника путём сравнения его с другими сведениями, а при ситуации, когда документ становится базой для серьёзных выводов и обобщений, журналисту необходима консультация специалиста, способного выступить в качестве эксперта в той или иной области.

# 2. Предметно-вещевая среда как источник журналистской информации

**2.1. Система информирования журналистов**

Под *предметно-вещевой* средой понимается обстановка, которая нас окружает. Предметы и вещи могут рассказать о событиях иной раз не меньше, чем человек. Главный вопрос для журналиста: где отыскать эти источники. На данный момент в обществе утвердилось понимание необходимости оказывать средствам массовой информации организационную информационную поддержку.

Сегодня существует достаточно развёрнутая *система информирования журналистов* о происходящих событиях. К основным его формам Г. В. Лазутина относит следующие:

1. Брифинги – короткие совещания работников средств массовой информации, на которых идёт ознакомление с позицией властных структур по тому или иному вопросу;
2. Презентации – торжественные встречи представителей каких-либо государственных, общественных или частных структур с общественностью, в том числе с представителями прессы, для ознакомления с новым предприятием, новой продукцией, новыми результатами деятельности;
3. Пресс-конференции – встречи государственных или общественных деятелей, представителей науки, культуры и т.д. с журналистами для информирования их в связи с актуальными событиями или для ответов на их вопросы;
4. Пресс-релизы – специальные сводки сообщений для прессы о существенных фактах в той или иной сфере действительности, подготовленные соответствующими пресс-службами;
5. Специальные информационные бюллетени о текущих событиях той или иной сферы деятельности, создаваемые корпоративными информационными агентствами;
6. Экстренные сообщения по факсу или электронной почте, поступающие в органы массовой информации от пресс-секретарей, пресс-служб. Пресс-центров различных ведомств и общественных объединений.[[8]](#footnote-8)

Они поставляют редакциям СМИ сведения, которые в дальнейшем находят отражение в материалах печатной и эфирной журналистики. Отдельно следует упомянуть клубы и ассоциации журналистов. Они фактически не являются производителями информации, но способствуют обмену и распространению важных сообщений, заключению контрактов и соглашений в этой сфере.

В высшей степени существенно и то, что сегодня законодательно предусмотрено право журналистов запрашивать и получать информацию от государственных органов и организаций, общественных объединений и должностных лиц.

**2.2. Государственные организации как источники информации**

И всё-таки своевременная добыча сведений о существенных изменениях действительности, о тех сторонах жизни, знание о которых для аудитории – необходимость, остаётся для средств массовой информации проблемой номер один. Прежде всего, необходимо хорошо представлять себе всю совокупность естественных «накопителей информации», сложившихся в обществе на тот или иной период. Оказывается, что для информации о неблагоприятных событиях и для информации о событиях благоприятных в обществе существуют разные «накопители», причём первые (милиция, «скорая помощь», пожарная служба, аварийные службы, ГАИ, народные суды и так далее) в силу естественных причин известны людям гораздо больше, а потому и журналистами освоены лучше. Информация же о благоприятных событиях фиксируется не так оперативно, как в случаях неприятного свойства. Поэтому достаточно важно представлять себе структуру органов управления, как страны, так и города и области. На данный момент издаётся большое количество периодических справочников, содержащих информацию такого рода. Такой справочник является неплохим помощником в нелёгком деле добычи информации.

**2.3. Информационные агентства**

Отдельно стоит поговорить о таком источнике журналистской информации, как информационные агентства, в силу их специфичности. Эти информационные службы обеспечивают журналистскую деятельность, поставляя им «сырой», фактический материал, материал оформленный по типу жёсткой новости, но сами они, как правило, не вступают в контакт с аудиторией.

Идея подобного рода предприятий зародилась в начале 19 века, ей журналисты всего мира обязаны французу Шарлю Гавасу, который первым раскинул сеть своих представительств в разных местностях, продавая газетам и журналам добытые им факты.

На данный момент наибольшей популярностью на мировом рынке информации пользуются следующие агентства: «Associated Press» и «United Press International» (США), «Agance France-Press» (Франция), «Reuters» (Великобритания) и ИТАР-ТАСС (Россия). Эти информационные агентства являются наиболее мощными источниками информации в мире, они представлены на информационном рынке большинства стран СНГ.

В пределах крупных регионов земного шара разворачивают свою деятельность региональные агентства. Далее по величине идут национальные агентства, областные, городские, а так же те, что создаются при издательствах и вещательных компаниях.

В целях повышенной оперативности крупнейшие информационные агентства пользуются всеми видами связи, в том числе и космической, имеют мощные компьютерные центры, служащие для подготовки, обработки и хранения информации, которая непрерывно поступает потребителям по телетайпу, либо в виде оперативных бюллетеней новостей, пресс-релизов, выходящих часто несколько раз в день.

В настоящее время в Беларуси действует ряд агентств, специализирующихся на предоставлении информации различной тематики. Самыми известными из них являются БелТА (www.belta.by) и БелаПАН (www.belapan.com). Эти агентства передают универсальную информацию, касающуюся политической, экономической, социальной, культурной, спортивной и др. тематики.

Неспециализированными агентствами также являются:

- агентство «Интерфакс-Запад» (www.interfax.by) – компания в структуре информационной группы Interfax Information Services – работает на рынке политической и экономической информации Беларуси с 1994 года;

- белорусское бюро «Прайм-ТАСС» (www.prime-tass.by) – с 2003 года присутствует на белорусском информационном рынке, специализируется на новостных сообщениях, аналитических обзорах, базах данных, финансовой информации.

Среди специализированных информационных агентств Беларуси наибольшую известность получило агентство Владимира Гревцова (www.grevtsov.by). Агентство предоставляет качественную экономическую, финансовую и юридическую информацию. Основанное в 1992 году, в 2005 году оно уже представляет собой крупнейший в Беларуси медиа-холдинг, в состав которого входит 6 компаний.

Также на рынке специализированных информационных агентств Беларуси сегодня представлены: Агентство финансовых новостей (www.afn.by), «Экопресс» (www.ecopress.by), «ЛБЛ-Ньюс» (www.lbl-news.by).

# 3. Интернет как источник журналистской информации

Конец двадцатого столетия ознаменован возникновением уникального и чрезвычайно перспективного источника информации – глобальной компьютерной сети Интернет. Трудно переоценить то количество полезной для журналиста информации, которое содержит сеть Интернет. Но кроме этого он также обеспечивает быстрые и надежные связи между журналистами и их информационными источниками, даже если между ними лежит несколько тысяч километров. Интернет предоставляет также альтернативные возможности для публицистики во времена кризиса, или в случае восстановления цензуры.

Итак, для чего журналисту Интернет? Во-первых, как уже было сказано, это источник разнообразной информации, которая может быть использована как для мониторинга новостей, так и для написания аналитических материалов и проведения журналистских расследований.

Более того, Интернет все в большей степени становится мега-источником, включающим в себя все мыслимые типы источников, - универсальной информационной средой. Благодаря оцифровке всего, что может быть оцифровано, и возможности немедленного доступа к оцифрованной информации из любой точки планеты, частные информационные среды (такие как книги, пресса, радио, телевидение, кино, устное и письменное общение и т.п.) постепенно сливаются в едином информационном пространстве.

Во-вторых, Интернет позволяет осуществлять поиск необходимых сведений, начиная от справочной информации (статьи в словарях и энциклопедиях, статистические данные, библиографии, карты, адреса, сведения о компаниях и организациях и т.п.) и заканчивая мнениями людей по всевозможным поводам, высказываемыми в различных формах сетевого общения (телеконференции, форумы, гостевые книги и проч.). Интернет, таким образом, это одновременно и океан информации, и сеть, чтобы вылавливать из этого океана нужное.

В-третьих, Интернет - это эффективное средство коммуникации, во многих отношениях превосходящее телефон, факс и другие привычные способы связи.

Наконец, в-четвертых, Интернет во многих своих проявлениях сам по себе является громадным медийным пространством, в котором происходит бурное становление СМИ нового типа. Электронные СМИ теснят на рынке СМИ традиционные, нередко опережая последние как в плане оперативности, так и по качеству разработки информации. В Сети формируется новый класс журналистов; развивается сетевая (онлайновая) журналистика со своими особыми приемами и методами; возникают свои профсоюзы и "звезды"; репортеры и обозреватели из традиционных СМИ постепенно перетекают в онлайн.

Очевидно, что независимо от конкретной медийной сферы, в которой работает журналист (пресса, радио, телевидение и т.п.), Интернет является для него (или, по крайней мере, должен являться) важнейшим орудием труда. Как, впрочем, и для всякого человека, профессионально работающего с информацией.

Самый лучший способ для журналистов оценить возможность Интернета, это подсоединиться к сети, удовлетворить свое любопытство и исследовать различные узлы (месторасположения в Интернете). Этот способ является одним из самых плодотворных методом получения интересующей журналиста информации. Отсутствие централизованной системы означает, что Интернет не имеет каталогов и указателей ко всем своим материалам. Часто доступ к Интернету рассматривается, как посещение огромной библиотеки, в которой все книги были сброшены с полок и перемешаны на полу. Но на самом деле, Интернет не настолько неорганизован. Системные поисковые механизмы также помогают в поиске файлов на конкретные темы среди всех компьютеров Интернета.

Среди самых известных поисковых систем и каталогов Беларуси можно назвать: www.open.by; www.tut.by; www.akavita.by и др.

Кроме того, существует ряд специализированных сетевых источников информации для журналистов. Вот некоторые из них:

- www.agentby.com – агентство журналистских расследований;

- http://photo.bymedia.net – проект «Беларусь-фото»;

- http://who.fpnp.org/wsee/ - Кто есть кто в Беларуси (база данных известных политиков, журналистов, общественных деятелей.

Понятно, что перечислить все полезные сетевые источники информации просто невозможно, поэтому ограничимся этим далеко не полным списком.

«В «паутину» в последнее время пришли все ведущие информационные агентства, многие издательства, рекламные агентства, представлены политики, многие правительства и парламенты. В глобальной сети представлены также многие белорусские печатные издания, телеканалы и радиостанции. Пользователь (предприятие или частное лицо) может получить текущие материалы прессы - интервью, репортажи, хроники, статистику, информацию о работе органов власти и крупных организаций. Доступность информации делает Интернет грозным соперником любого традиционного источника информации.

# 4. Человек как источник журналистской информации

Человек является ключевым звеном в системе информационных источников. Г. В. Лазутина приводит американскую научную традицию, где оно классифицируется как «живой источник», «и в этом – не только прямой смысл: человек – субъект деятельности, он включён в природные и социальные процессы множеством связей и потому как источник информации неиссякаем».[[9]](#footnote-9)

Действительно, человек, с одной стороны – свидетель или участник происходящих вокруг нас событий и потому выступает в качестве носителя информации об этих событиях. С другой стороны, он держатель информации о себе, о своём внутреннем, неповторимом мире. И, наконец, он транслятор информации, полученной от других.

Особенность этого источника в том, что он может открыться или не открыться для журналиста: как существо социальное он сам программирует своё поведение, это необходимо учесть каждому журналисту, работающему с этим источником информации.

**4.1. Интервью**

Конечно, часто львиную долю сведений журналист получает в интервью – непосредственном общении с людьми, имеющими то или иное отношение к изучаемой ситуации. Однако от обычного общения беседа как метод познавательной деятельности сильно отличается. Ведь по сути интервью – «это такой вид организованного речевого взаимодействия, который направляется со стороны журналиста отчётливо сознаваемыми познавательными задачами и предполагает выработку стратегии и тактики, соответствующих условиям взаимодействия ».[[10]](#footnote-10)

Журналист должен быть чётко подготовлен к предстоящему интервью, должен знать на какие сведения может рассчитывать, приступая к беседе. Чаще всего это следующая информация: фактические данные, знания в той или оной области, мнение по тому или иному поводу, объяснения или комментарии того или иного события (происшествия) имевшего место быть, предложения и прогнозы. При этом каждый вид может быть представлен весьма разнообразно. Например, факты могут быть даны как позитивные, так и негативные; они могут быть как из прошлого, так и из настоящего, как из собственной жизни интервьюируемого, так и из частной жизни другого лица. Само собой разумеется, что далеко не обо всех вещах интервьюируемый выражает готовность беседовать с журналистом. Это требует от журналиста определенных тактических приёмов. Здесь для журналиста важным является знание психологии общения. Если же вопросы интервьюера нацелены на выяснение взглядов, суждений, отношения собеседника на определённые аспекты действительности, то это, по сути, раскрывает личность интервьюируемого. Чаще всего такая ситуация предстаёт перед нами в портретных интервью.

Ещё одно важнейшее качеству интервьюера – способность «сходиться с людьми». Ведь количество, да, пожалуй, и качество полученной в процессе интервью информации зависит от того, насколько журналист смог «разговорить», раскрыть своего собеседника, расположить его к беседе.

М. Н. Ким выделяет следующие классификации интервью. В зависимости от содержания беседы интервью подразделяются на формализованные и неформализованные, первые предполагают чёткое информирование журналиста о факте, в то время как вторые более склоняются к получению обширных сведений о собеседнике. По степени интенсивности интервью делятся на короткие, средние и фокусированные, причём каждый из видов применяется в зависимости от целей, преследуемых журналистом.[[11]](#footnote-11)

Естественно, что у каждого журналиста существует определённая тактика ведения интервью. Комбинация разного рода вопросов, их чередование, последовательность, осознанный выбор тех средств общения, которые оказываются в данных условиях наиболее целесообразными, ритм разговора, специальные полемические приёмы, – всё это есть проявления продуманной тактики.

Как считает Г. В. Лазутина, интервью оказывается вполне удачным, с точки зрения информационной насыщенности, если журналист:

1. Основательно подготовился к беседе (освоил предмет обсуждения, имеет представление о собеседнике как индивидуальности);
2. Научился контролировать ход беседы, своевременно замечая возникновение барьеров и оперативно нейтрализуя их;
3. Владеет достаточным количеством приёмов, способных стимулировать общение.[[12]](#footnote-12)

Как отмечает Т. Засорина, «в каждом источнике информации есть свои возможности и ограничения. Интервью же – самый субъективный источник информации. Так как, например, разные люди, очевидцы одного и того же события, по-разному о нём рассказывают и часто даже расходятся во мнении».[[13]](#footnote-13) Но возможно в этом же заключается положительное свойство этого источника информации – возможность услышать иной взгляд на проблему, расценить ситуацию с другой точки зрения.

**4.2. Массовое интервьюирование и анкетирование**

Среди всех видов фактов, с которыми приходиться иметь дело журналисту, особое место занимает аудиторная информация. Без регулярного получения и осмысления сведений о том, кто и как воспринимает ту или иную ситуацию, тот или иной факт, СМИ теряет всякие шансы на конкурентоспособность своей продукции на рынке. «Изучение аудитории – необходимая и важнейшая сторона профессиональной работы в СМИ. Профессиональной не только в смысле исполнения служебных обязанностей, но и с точки зрения квалифицированного, грамотного подхода к аудитории.»[[14]](#footnote-14).

Массовое анкетирование – это метод получения данных о состоянии общественного сознания общественного мнения, общественной практики по тому или иному поводу с помощью устного опроса многих лиц. Главная трудность для журналиста здесь заключается в формулировке вопросов, которые позволяли бы получить от опрашиваемых не отговорку, а ответ по существу.

Анкетирование – это метод получения тех же самых данных с помощью заочного (письменного) опроса посредством закрытых или открытых вопросников. Закрытые вопросники предполагают выбор ответов на них из предлагаемых в анкете, а открытые дают возможность свободной формулировки ответа на вопрос.

Грамотность составления вопросника – это первейшие условие надёжности полученных в результате сведений. Целесообразной является предварительная консультация с социологом по этому поводу, особенно если предмет изучения сложный и требует от составителя анкеты высокой квалификации.

В последние годы социологи печати все чаще применяют телефонные опросы. Это уместно для исследования аудитории на небольшой территории – в городе, районе, и т. п. «Однако здесь от интервьюера требуется максимум такта и корректности, поскольку его ближайшей задачей становится завоевание доверия и поддержание внимания собеседника».[[15]](#footnote-15)

У опросов и анкетирования очень большие возможности – в принципе можно получить ответ на любой вопрос (конечно, если вопрос правильно задан). Однако это достаточно субъективный источник информации, поскольку у каждого человека существуют индивидуальные особенности восприятия, избирательность внимания и свойств памяти.

**5. Вспомогательные способы получения информации**

# 5.1. Наблюдение и эксперимент

Источником информации служит и наблюдение, которое при грамотном построении даёт возможность изучить явление, а не отдельные его аспекты. Систематическое наблюдение – это наблюдение, ориентированное на получение данных о развитии той или иной сферы действительности, о поведении того или иного лица с помощью многократных непосредственных и опосредованных контактов в течение сколько-нибудь длительного контакта.

Наблюдение - давно освоенный метод в журналистике. Ворошилов приводит ряд успешных использований такого источника информации как наблюдение. Чтобы максимально результативно провести наблюдение известные журналисты Михаил Кольцов, Лариса Рейснер, Иван Гудимов и другие на время меняли профессию (такое наблюдение называется включённым). Известинец В. Надеин, например, торговал на рынке, чтобы подготовить фельетон «Как я продавал барана»; Алла Трубникова поступила послушницей в монастырь, чтобы описать жизнь обители изнутри, и опубликовала очерк «Путешествие в 18 век».[[16]](#footnote-16)

Анализ творческого опыта журналистов говорит о том, что регистрация наблюдений имеет очень индивидуальный характер. В блокнотах журналистов можно найти записи всякого рода – описательные, эмоциональные, оценочные выражения, меткие словечки, аналогии, истолкования… Эти мелочи как раз и передают настроение, ощущение, придают материалу достоверность, создают «эффект присутствия».

В зависимости от позиции наблюдателя различают открытое и скрытое наблюдение. При открытом наблюдении журналист не скрывает своего присутствия, цели и содержания работы. При скрытом до поры до времени он не сообщает об истинной цели своего расследования и работы.

Интуиция, ёмкое воображение, чёткий отбор чужих восприятий, общий уровень развития самого журналиста, исходная творческая установка – всё это помогает эффективно использовать наблюдение в журналистике.

Существенная особенность этого источника информации в том, что «визуальные контакты в данном случае дополняются непрерывным накоплением документальных материалов, отражающих те или иные моментов жизни объекта и позволяющих увидеть новые или упорно повторяющиеся его явления»[[17]](#footnote-17).

К эксперименту журналисты прибегают значительно реже, поскольку этот метод требует больших затрат – временных, ресурсных, материальных, организационных и пр.

«Эксперимент – это метод получения сведений об объекте через выявление реакции на экспериментальный фактор, в качестве которого выступает одна или несколько его изменяемых характеристик».[[18]](#footnote-18) Интуитивно журналисты давно нащупали возможность открывать для себя таким образом новое о людях и ситуациях, однако это были отдельные эпизоды в профессиональной практике. А вот во второй половине нашего века эксперимент стал использоваться интенсивно и – с ориентацией на социологические разработки. Первые научные описания эксперимента как метода журналистского познания появились не так давно, причём опять же с учетом социологических рекомендаций.

**5.2. Общение журналиста с коллегами**

Как ни странно, но общение коллег журналистов является неиссякаемым источником полезной деловой информации, – в таких беседах представители СМИ не только обмениваются фактологическим материалом, но и имеют возможность сразу его осмыслить, выйти на определённую тему, уточнить концепцию.

Вот как по этому поводу высказался известный журналист Валерий Аграновский: «Не понимаю редакций, в которых царит классическая тишина, где в кабинетах чинный канцелярский порядок, а на стенах висят обязательства выдать столько-то строк в месяц, перегнав соседний отдел. Редакция не контора, как бы мы не иронизировали по этому поводу, редакция – это «живое» место, перекрёсток, где происходит вечное движение ног и мыслей, где набиваются в один кабинет из всех остальных, чтобы поговорить. Где идёт творческое обсуждение номеров, планов и проблем с правом безнаказанно высказываться, где культивируют «мозговые атаки», где с интересом ждут возвращения коллег из командировок и куда с радостью возвращаются. Только в этой атмосфере возможен продуктивный обмен информацией». [[19]](#footnote-19) На мой взгляд, такой процесс получения информации журналистами плодотворно влияет на их творческую деятельность, способствует поддержанию информационного сотрудничества между журналистами, что в свою очередь положительно влияет на качество преподносимой аудитории информации.

# Заключение

Сделав общий обзор и общую характеристику основных источников журналистской информации, проанализировав различную литературу, сопоставив различные точки зрения на проблему журналистской информации, я сделала следующие выводы.

Получение сведений (или информации) – это всегда взаимодействие журналиста с объектом. Поэтому, выбирая тот или иной источник информации, журналист должен учитывать:

- общие и конкретные цели (о чем будет материал, для чего его пишет журналист – то ли он собирается только проинформировать читателя о фактах и событиях, то ли собирается познакомить с чьим-то мнением, то ли расследует причины сложившейся ситуации и пр.);

- доступность источников информации (если, например, журналист не может получить доступ к документам, то ему придётся искать собеседников, которые владели бы нужной информацией);

- сроки сбора информации (одно дело, если у журналиста для написания материала несколько дней, и он может наблюдать за внешними действиями объектов своего изучения, встретиться со многими собеседниками лично, изучить документы. И другое дело, когда репортёр готовит заметки в номер в течение нескольких часов. В этом случае он должен ограничиться телефонным разговором со своим источником информации.);

- степень надёжности информации (если журналист сомневается в надёжности информации, полученной одним из методов, ему придётся проверять её с помощью других).

Существует огромное количество различных источников информации. Все они имеют ряд преимуществ и недостатков. Для успешного осуществления своих функций в обществе журналисту необходимо знать и уметь использовать все источники информации, что существенным образом обогатит и разнообразит материалы этого журналиста.

# Использованная литература:

1. Аграновский В. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике. М., 1999.
2. Аграновский В. Кто ищет… М., 1988.
3. Аграновский В. Ради единого слова. М., 1988.
4. Ворошилов В. В. Типология журналистики. СПб., 1998.
5. Ворошилов В. В. Журналистика. СПб., 2000.
6. Воскобойников Я. С., Юрьев В. К. Журналист и информация. М., 1993.
7. Засорина Т., Федосова Н. Профессия журналист. Ростов на Дону. 1999.
8. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. СПб., 2001.
9. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М., 2001.
10. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000.
11. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2000.
12. Рэндалл Д. Универсальный журналист. СПб., 1998.
13. Телевизионная журналистика. Под ред. Юровского А. Я. М,, 1994.
14. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М., 1998.
15. Журналист и информация. Уч. Пособие. Под ред. Корконосенко С. Г. СПб., 1994.

**Интернет-ресурсы:**

1. http://www.belta.by

2. http://www.belapan.com

3. http://www.interfax.by

4. http://www.prime-tass.by

5. http://www.grevtsov.by

6. http://www.afn.by

7. http://www.ecopress.by

8. http://www.lbl-news.by

9. http://www.open.by

10. http:// www.tut.by

11. http://www.akavita.by

12. http://www.agentby.com

13. http://who.fpnp.org/wsee/

14. http://www.journ.ru

15. http://zhurfak.edu.by

1. Большой толковый словарь русского языка, СПб., 2000, С.- 23. [↑](#footnote-ref-1)
2. Г. В. Лазутина Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000, С.-155. [↑](#footnote-ref-2)
3. Г. В. Лазутина Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-164. [↑](#footnote-ref-3)
4. Там же С.-165. [↑](#footnote-ref-4)
5. Там же С.-165. [↑](#footnote-ref-5)
6. Г. В. Лазутина Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-166. [↑](#footnote-ref-6)
7. Г.В.Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-166. [↑](#footnote-ref-7)
8. Г.В.Лазутина Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-156. [↑](#footnote-ref-8)
9. В. Г. Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.- 155-156. [↑](#footnote-ref-9)
10. Там же. С. – 167-170. [↑](#footnote-ref-10)
11. М. Н. Ким. Технология создания журналистского произведения. СПб., 2001. С. – 104 – 118. [↑](#footnote-ref-11)
12. В. Г. Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-169. [↑](#footnote-ref-12)
13. Т. Засорина. Профессия журналист. Ростов на Дону, 1999., С.- 125. [↑](#footnote-ref-13)
14. Журналист и информация. Под ред. С, Г, Корконосенко. СПб., 1994 С.- 55. [↑](#footnote-ref-14)
15. Там же. С. – 61. [↑](#footnote-ref-15)
16. В. В. Ворошилов. Журналистика. СПБ., 2000. С.- 108. [↑](#footnote-ref-16)
17. В. Г. Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-174. [↑](#footnote-ref-17)
18. В. Г. Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-175. [↑](#footnote-ref-18)
19. В. Аграновский. Вторая древнейшая. М., 1999. С.- 103-104. [↑](#footnote-ref-19)