# Курсовая работа

# по основам журналистики.

Источники информации (общая характеристика).

Оглавление:

Документальный тип источников информации.

Предметно-вещевая среда как источник журналистской информации.

Системы информирования журналистов.

Государственные организации как источники информации.

Информационные агентства.

Интернет как источник журналистской информации.

Человек как источник журналистской информации.

Интервью.

Массовое интервьюирование и анкетирование.

Общение журналистов с «коллегами по цеху»

Наблюдение и эксперимент.

Заключение.

Используемая литература.

# Введение.

Информация- это творчество, а не ремесло, когда по

Старой форме штампуют несколько изделий…

А. Рубинов.

На этапе разработки замысла журналистского произведения необходимо, прежде всего, определиться с объектом изучения. В качестве данного объекта изучения могут находиться как различные социальные проблемы и процессы, происходящие в обществе, так и деятельность отдельный человек. «Словом, в поле зрения журналистов находится многообразный мир во всех его проявлениях.»[[1]](#footnote-1) Но бесспорно, каким бы ни был объект 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. Журналистская информация документальна. В её основе лежит реальный подлинный факт, найденный и оформленный по-своему журналистом. Как пишет М. Н. Ким, «в основе любого журналистского произведения лежат факты – своеобразные кирпичики, из которых выстраивается вся его структура ». Поэтому столь важным является сбор фактического материала. Однако не любой факт может стать там самым «кирпичиком», он должен соответствовать ряду определённых условий: представлять общественный интерес, обладать информационной ценностью (быть новостью), быть достоверным, оперативным и полным. Жизнь – это океан фактов разных по объёму, важности, характеру, большинство из которых существуют в связи с другими. Здесь встаёт вопрос об одном из аспектов работы над журналистской информацией – о творческом поиске фактов, поиске информации. Вот как звучат советы по этому поводу одного героя Дю Гара в известном романе «Семья Тобо»: «Окунитесь в гущу жизни. Только это выведет Вас на дорогу. Носитесь с утра до ночи, не пропускайте ни одного происшествия…Раскройте глаза, смотрите на всё, что несёт с собой цивилизация, будь то добро или зло, будь то вещи, которых нельзя вообразить или измыслить! И, может быть, после этого Вы будете вправе сказать о людях, об обществе, о себе самом». На самом деле актуальная информация может быть извлечена из самых различных источников: это события разных сфер, областей жизни: политики, экономики, культуры, производства, быта и т. д. Факт извлекается из документов, отчётов, докладов, стенограмм, объявлений, реклам и даже газет. Существует также масса нестандартных источников фактов и приёмов сбора информации. Профессор Г. В. Жирков в своей статье «Информация - «хлеб» журналиста» приводит следующий пример: «В любом городе есть с десяток мест, где заранее знают о предстоящем событии. Часто это неожиданные места для малопосвящённых. К примеру, инспекция пожарной охраны. Именно здесь раньше, чем где-либо, можно узнать о проекте нового цеха, театра, стадиона, о спуске объекта в эксплуатацию, так как по закону пожарника приглашают в качестве эксперта.»[[2]](#footnote-2). На мой взгляд, хорошие, единственные в своём роде материалы появляются тогда, когда журналист прибегает к нетрадиционным источникам и темам, преодолевая тем самым сюжетное однообразие большинства статей, ибо «Всё новое, необычное и интересное для ваших читателей и есть сюжет, – по крайней мере, в зародыше.»[[3]](#footnote-3)

Следует также отметить, что, используя различные источники информации, важна тщательность и осмотрительность, ведь малейшая фактическая неточность может дискредитировать журналиста. Кроме того, «небрежность в поиске информации ведёт к тому, что журналист может дезинформировать общественность и нанести ущерб репутации людей»[[4]](#footnote-4), в результате чего доверие к журналисту будет подорвано.

Поиск информации – это в какой-то степени наука, ведь каждый журналист вырабатывает свой почерк, технологию работы с источниками информации. Для этого журналисту необходимо представлять действительность как совокупность источников информации и знать их координаты.

 В сущности, вся информационная среда делится на три типа источников информации: документ, человек и предметно-вещевая среда. Характеристике этих типов источников информации и посвящена моя работа. В первой главе я попыталась проанализировать основные виды документов, с которыми приходиться работать 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 в журналистике такого источника информации, как информационные агентства как мировые и общероссийские, так и региональные. Третья часть курсовой посвящена информации из глобальной сети Интернет. Путём поиска были отобраны наиболее посещаемые журналистами сайты, посвящённые проблемам СМИ и дана их общая характеристика. В четвёртом блоке курсовой была сделана попытка осмысления роли человека как основного информатора СМИ. Причём анализ был сделан как с позиции частного интервью, так и с позиции массового опроса. Анализу этих источников информации сопутствует выявление как положительных, так и отрицательных аспектов исследуемых источников журналистской информации. И заключительная часть работы представлена характеристикой специфических источников информации. Курсовая завершается выводами, которые я смогла сделать в результате проделанной работы.

 Документальный тип источников информации.

Понятие «документа» употребляется сегодня в двух смыслах. Причём один из них более объёмен: документ – это «материальный носитель записи с зафиксированной на нём информацией для передачи её во времени и пространстве», а другой – более узок: «документ – это юридически закреплённая бумага, утверждающая за её владельцем право на что-либо, подтверждающая какой-либо факт».[[5]](#footnote-5)

Говоря о значении документа как информационного источника в журналистике, часто останавливают своё внимание лишь на 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».[[6]](#footnote-6)

Информация, которую журналист может извлечь из документальных «информационных кладовых», носит абсолютно разный характер: от законов и решений высших органов власти, от фундаментальных положений известных научных трудов до характеристик и описания мест, людей, событий.

Общение журналиста с документальными источниками информации начинается с их поиска. Сейчас, во время «информационного взрыва» этот вопрос особо актуален. Работа с документами требует высокого уровня документоведческой, библиографической грамотности, широкого представление о типах и видах документов, бытующих в обществе. В журналистике принята следующая классификация документов. По типу деятельности, породившей документ:

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

Вторая классификация, менее обширная, нежели первая 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»[[7]](#footnote-7) Такие документы всегда подлежат регистрации. Однако не существует ни нормативного акта, ни ведомственных инструкций, которые бы четко определяли порядок доступа журналиста к ним. Поэтому представители прессы нередко с отказами официальных лиц. Приходиться искать обходные пути, убеждать людей, имеющих отношение к этим документам, помочь 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 данными, предоставленными ими. «Это приводит к коллизиям, разрешая которые журналист, стремясь выполнить свой профессиональный долг, оказывается на грани риска: пытается добыть документы не вполне законным путём.»[[8]](#footnote-8)

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 или нет документ, 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.»[[9]](#footnote-9)

Социология разработала 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).

«В зависимости от характера документа и цели журналиста происходит выбор методов анализа. Это могут быть общие методы (понимание, осмысление, сопоставление) или специальные (источниковедческие, психологические, социологические, криминалистические).»[[10]](#footnote-10)

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». [[11]](#footnote-11) 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. Например, В. В. Ворошилов приводит следующий пример. «Так, «Известия» выступила с публикацией «Организованное казачье группировка». В текст врезаны фотокопии трёх развёрнутых удостоверений, как выяснилось - фальшивых. Согласно одному из них, некий А. Демин – академик Международной академии информатизации, по другому он – генерал-полковник и начальник штаба Союза казачьих формирований. В доказательства его криминального прошлого газета приводит выдержку из судебного приговора. Другой герой публикации, - Н. Рыженков, имеющий два класса образования, изображен на фото в генеральской форме. Он не только «генерал», но и «советник по разведке и контрразведке базы специальной подготовки президентской гвардии». Именно Рыженков в одной из частных фирм заказал бланки и печати с оттиском «Служба безопасности Российской Федерации», и в каждом удостоверении было указано право на ношение огнестрельного оружия.»[[12]](#footnote-12)

 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 – историко-источниковеды, текстологи, криминалисты.

При этом важно различать документально подтверждённые сведения (завизированный текст) и факты типа «как стало известно из заслуживающих доверия источников». Оперирование такими сведениями требует специальных оговорок.[[13]](#footnote-13)

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, давая ему жизнь;
4. Учитывать, как могла повлиять на качество документа обстановка, в которой он создавался.[[14]](#footnote-14)

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.

# Предметно-вещевая среда как источник журналистской информации.

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.

## Системы информирования журналистов.

Сегодня у нас в стране 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.[[15]](#footnote-15)

Они поставляют редакциям СМИ деловые 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. «Примером может служить ассоциация корреспондентов зарубежных СМИ, аккредитованных в Москве, число которых с либерализацией внешней политики России возросло в геометрической прогрессии.»[[16]](#footnote-16)

Из различия информационных каналов следует, что наибольшего взаимопонимания с аудиторией они достигают лишь, если они действуют сообща, как элементы единой системы. Ведь необходимо принимать во внимание, что человек и общество находиться под влиянием сразу нескольких источников информации, и естественно, что потребители продукции СМИ испытывают некий дискомфорт, когда эти источники либо повторяют друг, либо, наоборот, высказывают диаметрально противоположные точки зрения.

 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.

## 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 фиксируется с большей или меньшей степенью отчётности в соответствующих управленческих службах муниципальных округов. К сожалению, это происходит 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 невероятное количество периодических справочников, содержащих информацию такого рода. Такой справочник является неплохим помощником в нелёгком деле добычи информации.

## Информационные агентства.

Отдельно стоит поговорить о таком источнике журналистской информации, как информационные агентства, в силу их специфичности. Это 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. С. Г. Корконосенко приводит следующий пример: доля информационной продукции американского информационного агентства «Associated Press» на рынке Европы достигает 80%.[[17]](#footnote-17)

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.

Предметом гордости как для российских профессионалов, так и для всей нации служит то, что на уровне с мировыми гигантами «Associated Press» и «Reuters» в течение десятилетий работает крупнейшая фабрика новостей – ИТАР-ТАСС. У него было немало прямых и отдалённых предшественников: Российское телеграфное агентство(1894), Торгово-телеграфное агентство(90-е годы), Санкт-петербургское телеграфное агентство(1904), государственное Российское телеграфное агентство на базе ВЦИК(1918). Последнее считается его прямым предшественником, так как в 1925 году РОСТА превратилось в Телеграфное агентство Советского Союза, которое и вошло позднее в число мировых лидеров. Сейчас ИТАР-ТАСС работает на пяти континентах, в России действуют его отделения и корреспондентские пункты во всех региональных центрах. На масштабы производства этого агентства указывает хотя бы такой приведённый статистическими исследованиями факт, что оно в течение суток готовит и предлагает потребителям – другим представителям прессы –более 150 газетных полос текста первичной новостной информации.

В начале 60-х годов появилось ещё одно уже негосударственное информационное агентство – Агентство печати «Новости» (АПН), которое впоследствии стало РИАНом – Российским информационным агентством «Новости».

Как пишет В.В. Ворошилов в своей книге «Типология журналистики», возрастание значения нового вида информации, связанного с потребностями бизнеса, частного сектора экономики, стало одной из причин, приведших к созданию альтернативных ИТАР-ТАСС и РИАН негосударственных информационных агентств.[[18]](#footnote-18) Первым – в 1989 году – возник «Постфактум». Вначале это была информационная служба «Факс», созданная для информирования первых частных предприятий и кооперативов. В мае того же года агентство было зарегистрировано в качестве независимой службы «Постфактум». На данный момент это информационное агентство располагает обширной сетью корреспондентов по всей России и в СНГ, поддерживает деловые связи не только с отечественными и зарубежными средствами массовой информации, но и с органами государственной власти, банками, промышленными фирмами и т. д. «Журналисты имеют возможность получать информацию в виде тематических сводок и вестников по вопросам экологии, культуры, экономики, военного дела, авиации и космонавтики и т. д. Кроме этого агентство предлагает сервисные услуги: пользование базой данных, в которой содержатся публикации сотен российских СМИ, ежедневные анонсы событий предстоящего дня, непрерывно обновляемые подборки «горячих» новостей.»[[19]](#footnote-19)

Ещё одним крупным информационным агентством России является «Интерфакс», первыми клиентами которого стали иностранные журналисты, посольства и западные фирмы, размещённые в Москве. Хотя для многих западных журналистов экономическая информация уже давно стала важнейшим «товаром», российской экономике он тогда ещё практически никем не предлагался. Сегодня агентство поддерживает с частным бизнесом тесные отношения, имея около двух тысяч подписчиков в России и свыше тысячи иностранных. Как источник журналистской информации это агентство является по сути одним из самых надёжных и проверенных. Информацию, полученную из этого агентства, используют самые видные журналисты нашей страны.

В настоящее время действуют немало средних и мелких информационных агентств (Сибинформ, Урал-акцент и другие). Только в Санкт-Петербурге в 1996 году работало 13 агентств: «Северо-Запад». «Дело - Информ», «ИТАП - ПРЕСС», «ИНМИР» (информация – мобилизация интеллектуальных ресурсов ), «Эксклюзив», «СФИНКС - ПОСТИНФОРМ» (учредитель - Студенческая федерация информационных контактов «СФИНКС- пост») и др. Кроме того, в городе распространяется 18 различных информационных бюллетеней: «За безопасность движения», «Закон», «Жизнь», «Информация для предпринимателей», «Налоги и бизнес», «Страдания предпринимателя», «Наш район», «Приморские новости» и т. д.

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.

Итак информационные агентства передают журналистам самую оперативную и актуальную социальную, политическую, экономическую информацию, тем самым они в значительной степени сокращают временные и финансовые затраты работников прессы, на посылку своих корреспондентов в отдалённые географические точки, на получение новейшей информации из правительственных источников, добыча которой подчас является проблематичной, на информирование о ситуации в «горячих точках» и зонах вооружённых конфликтов и др.

# Интернет как источник журналистской информации.

Конец двадцатого столетия ознаменован возникновением уникального и чрезвычайно перспективного источника информации –глобальной компьютерной сети Интернет. Интернет - недорогой, мощный механизм, который может оказать значительную помощь в развитии независимой журналистики в России. Трудно переоценить то количество полезной для журналиста информации, которое содержит сеть Интернет. Но кроме этого он может укрепить связь и согласованность между журналистами и их информационными издательствами в России. Он также обеспечивает быстрые и надежные связи между журналистами и их информационными источниками, даже если между ними лежит несколько тысяч километров. Он может соединить средства массовой информации в России с быстро развивающимися электронными сетями за границей (в основном в США и Европе). Как уже упоминалось, Интернет предоставляет альтернативные методы публицистики во времена кризиса, или в случае восстановления цензуры. И для нации, проходящей через тяжелые экономические изменения, Интернет предоставляет возможности нового финансирования, через электронное распространение новостей, публикаций и реклам.

Самый лучший способ для журналистов оценить возможность Интернета, это подсоединиться к сети, удовлетворить свое любопытство и исследовать различные узлы (месторасположения на 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, как показывает этот пример. В последние годы специалисты разработали программу, которая организовывает информацию и даже создает так называемые «гиперлинки» (hyperlinks) между файлами, находящимися на разных компьютерах Интернета. Системные поисковые механизмы также были разработаны для нахождения файлов на конкретные темы среди всех компьютеров Интернета. Некоторые из этих механизмов будут описаны ниже.

Лучший способ изучения Интернета, в его использовании. Вместо того, чтобы представлять Интернет библиотекой с разбросанными на полу книгами, лучше будет сравнить его с огромным домом в тысячу комнат, с открытыми дверями и множеством коридоров между ними. Например, одна комната с информацией о нефтяной индустрии может быть соединена коридором с комнатой информации об Исламе, которая, в свою очередь, ведет к комнате с информацией об экономическом развитии Индонезии, и другим коридором соединяется с комнатой о новых законодательных предложениях Франции на тему иммиграции. Число различных соединений огромно, и, в большинстве своем, может быть обнаружено через «прогулки» по коридорам Интернета. Исследование Интернета является процессом, объединяющим преднамеренный поиск и случайные находки.

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

1. **Editor & Publisher**
http://www.mediainfo.com/edpub
2. Компания «Редактор и Издатель», публикующая журнал «Редактор и Издатель», установила этот узел (site) для способствования развитию информационных служб и газетных изданий. Узел предоставляет набор последних статей из журнала «Редактор и Издатель»-единственного электронного газетного еженедельника. В «Сетевом Магазине» (OnLine Store) можно подписаться на «Редактор и Издатель» и заказать различные справочные материалы, включая «Ежегодные премии в области журналистики» и «Справочник стипендий», которые предоставляют список около 500 наград, стипендий и конкурсов для студентов и журналистов, работающих в различных сферах средств массовой информации, как на национальном, так и международном уровнях.
3. **Environmental Journalism Home Page**
http://www.tribnet.com/environ/env\_home.htm
4. Бесплатная служба Экологического Общества Журналистов (clemings@cris.com), этот узел включает соединения с разнообразием источников информации об охране окружающей среды. Планируется создание списка рассылки на тему экологии.
5. **Freedom Forum**
http://www2.nando.net/prof/freedom/1994/freedom.html
6. The Freedom Forum (FF) (news@freedomforum.org) посвящает свою деятельность свободе прессы, свободе слова и свободе личности. FF проводит исследования, организует внутригосударственные и международные конференции и спонсирует интернациональные программы подготовки журналистов.
7. **GlasNews**
http://solar.rtd.utk.edu/~aboyle/glasnews/master.html
8. GlasNews, квартальная публикация (сетевая или печатная), освещает Восточно-Западные контакты по всем аспектам коммуникаций --журнализм, телевидение, фотография, опрос общественного мнения и реклама. Узел GlasNews поддерживает Элан Бойл, редактор международных новостей газеты «Seattle Post-Intelligencer». GlasNews состоит из трех секций: двух тематических статей и экспресс хроники. Тематические статьи освещают развитие средств массовой информации в России и СНГ. Экспресс хроника описывает источники информации на Востоке и Западе, новости развития телекоммуникаций, бюллетеней, списков рассылки и узлов Интернета.
9. **Inet-News**
http://www.helsinki.fi/valttdk/lists/inet-news/
10. Inet-News состоит из кратких объявлений с URL (адресами Интернета) об источниках новостей и информации на Интернете, а также специализированных запросов информационных источников.
11. **NewsLink**
http://www.newslink.org/menu.html
12. Собрание более 1800 соединений к информационным источникам, службам новостей, включая деловые новости и профессиональные ассоциации. Узел поддерживается Эриком Майер (info@newslink.org). NewsLink считается одним из самых популярных среди журналистов.
13. **CPJ-L**
14. CPJ-L был создан в апреле 1994 года Комитетом Новых Информационных Технологий Общества Профессиональных Журналистов. В настоящее время имеет около 900 подписчиков из 20 стран мира. CPJ-L в среднем выпускает 15-30 сообщений в день, с месячным информационным потоком в более 1 мегабайт. Для дополнительной информации по Обществу Профессиональных Журналистов, можно «посетить» узел по адресу: http://town.hall.org/places/spj/ .
15. **Poynter Institute for Media Studies**
http://www.nando.net/prof/poynter/
16. Poynter Online ( webmaster@poynter.org) располагает исследовательскими материалами в области журнализма и помогает работникам и студентам в поиске информации. Poynter Insitute, некоммерческая школа журнализма в Санкт-Петербурге, штат Флорида.
17. **Internet Town Hall**
http://www.town.hall.org/

Этот узел имеет соединения к многочисленным профессиональным ассоциациям журналистов, Национальному Пресс Клубу, базе данных «Эдгар» и др.

«В «паутину» в последнее время пришли все ведущие информационные агентства, многие издательства, рекламные агентства, представлены политики, многие правительства и парламенты. Появилась специфическая журналистика, основные жанры которой – дайджесты новостей и обозрения. В глобальной сети широко представлены российские печатные издания и радиостанции. Пользователь (предприятие или частное лицо) может получить текущие материалы российской прессы - интервью, репортажи, хроники, статистику, информацию о работе органов власти и крупных организаций.»[[20]](#footnote-20) Доступность информации делает Интернет грозным соперником любого традиционного источника информации.

Электронный мир Интернета полон информации и вознаградит любознательных журналистов материалами, помогающими укреплению журналистских предпринимательств в России.

# 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».[[21]](#footnote-21)

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.

## Интервью.

Конечно, чаще всего 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 ».[[22]](#footnote-22)

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 определённых нюансов в поведении, 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 заданности 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.[[23]](#footnote-23)

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.[[24]](#footnote-24)

Валерий Аграновский в своей книге «Ради единого слова» изложил ряд принципиальных положений по ведению интервью:

1. Истинный журналист должен идти к собеседнику, во-первых, с мыслью, а во-вторых, за мыслью (наши вопросы должны побуждать собеседника думать и говорить.)
2. Чтобы беседа была плодотворной, собеседник как минимум должен быть в ней заинтересован. В самом деле, журналист может задавать вопросы и по обязанности, но получать на них ответы он может только при желании собеседника.
3. Сам журналист как личность должен быть интересен собеседнику.[[25]](#footnote-25)

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.[[26]](#footnote-26) Но возможно в этом же заключается положительное свойство этого источника информации – возможность услышать иной взгляд на проблему, расценить ситуацию с другой точки зрения.

Каждому журналисту приходиться выступать в роли интервьюера, расспрашивать людей, вести беседы, без которых редко обходится подготовка материала. На мой взгляд, журналисту необходимо таким образом организовывать интервью, чтобы о нем можно было сказать следующее: «Ты, Сократ, прекрасно спрашиваешь, а тем, кто хорошо спрашивает мне, и отвечать приятно».

## 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 конкурентноспособность 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.»[[27]](#footnote-27).

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».[[28]](#footnote-28)

У опросов и анкетирований очень большие возможности, свобода – 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.

## Общение журналистов с «коллегами по цеху»

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». [[29]](#footnote-29) 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.

# 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».[[30]](#footnote-30)

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»[[31]](#footnote-31).

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».[[32]](#footnote-32) 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.

# 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:

1. 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.).
2. Доступность источников информации (если журналист не может получить доступ к документам, то ему придётся искать собеседников, которые владели бы нужной информацией. Или наоборот. Если не удаётся взять интервью у таких известных личностей, как Андрей Караулов или Светлана Сорокина, придётся проанализировать библиотечную литературу, поднять подшивки статей, найти опубликованные с ними интервью или публикации связанные с их творчеством или профессиональной деятельностью.).
3. 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.).
4. 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.

 Используемая 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.

1. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. СП б., 2001. С. 130.

 [↑](#footnote-ref-1)
2. «Журналист и информация» учебное пособие под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 1994. [↑](#footnote-ref-2)
3. Рэндалл Д.Универсальный журналист. СПб., 1998. [↑](#footnote-ref-3)
4. ворошилов [↑](#footnote-ref-4)
5. Большой толковый словарь русского языка, СПб., 2000, С.- 23. [↑](#footnote-ref-5)
6. Г. В. Лазутина Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000, С.-155. [↑](#footnote-ref-6)
7. Г. В. Лазутина Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-164. [↑](#footnote-ref-7)
8. Там же С.-165. [↑](#footnote-ref-8)
9. Там же С.-165. [↑](#footnote-ref-9)
10. Т. Засорина. Профессия журналист. Ростов на Дону, 1999., С.-162-163. [↑](#footnote-ref-10)
11. Г. В. Лазутина Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-166. [↑](#footnote-ref-11)
12. В. В. Ворошилов. Журналистика. СПб., 2000. С. – 108. [↑](#footnote-ref-12)
13. Е. П. Прохоров. Введение в теорию журналистики. М., 2000. С. – 249. [↑](#footnote-ref-13)
14. Г.В.Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-166. [↑](#footnote-ref-14)
15. Г.В.Лазутина Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-156. [↑](#footnote-ref-15)
16. С. Г.Короконосенко основы журналистики. М., 2001. С- 100. [↑](#footnote-ref-16)
17. С. Г. Корконосенко Основы журналистики. М., 2001, С- 104. [↑](#footnote-ref-17)
18. В. В. Ворошилов. Типология журналистики. СПб.,1998, С-16. [↑](#footnote-ref-18)
19. С.Г. Корконосенко. Основы журналистики. М., 2001.С. –106-107. [↑](#footnote-ref-19)
20. В. В. Ворошилов. Типология журналистики. СПб., 1998. С. – 16. [↑](#footnote-ref-20)
21. В. Г. Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.- 155-156. [↑](#footnote-ref-21)
22. Там же. С. – 167-170. [↑](#footnote-ref-22)
23. М. Н. Ким. Технология создания журналистского произведения. СПб., 2001. С. – 104 – 118. [↑](#footnote-ref-23)
24. В. Г. Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-169. [↑](#footnote-ref-24)
25. В. Аграновский. Ради единого слова. М., 1988. [↑](#footnote-ref-25)
26. Т. Засорина. Профессия журналист. Ростов на Дону, 1999., С.- 125. [↑](#footnote-ref-26)
27. Журналист и информация. Под ред. С, Г, Корконосенко. СПб., 1994 С.- 55. [↑](#footnote-ref-27)
28. Там же. С. – 61. [↑](#footnote-ref-28)
29. В. Аграновский. Вторая древнейшая. М., 1999. С.- 103-104. [↑](#footnote-ref-29)
30. В. В. Ворошилов. Журналистика. СПБ., 2000. С.- 108. [↑](#footnote-ref-30)
31. В. Г. Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-174. [↑](#footnote-ref-31)
32. В. Г. Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С.-175. [↑](#footnote-ref-32)