3 группа

14

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Факультет журналистики

Кафедра публицистики и журналистского мастерства

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Основы теории журналистики»

на тему: «**ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ- СИСТЕМА ПОИСКОВ**»

Грамотная, самостоятельная работа. Суждения довольно зрелые. Есть мелкие нарекания, которые не снижают общего впечатления о том, что автор уверенно владеет темой.

Студенка **А.А.Литвинова**

1курс ОФО,

направление 42.03.02 Журналистика

Научный руководитель:

канд. филол. наук, проф. **П.Т. Сопкин**

оценка за курсовую работу: Отл

25.04.17

дата и подпись

Краснодар

2017

Содержание

ВВЕДЕНИЕ 2
1.Общая типология информационных ресурсов. Источники информации 4
2.Методология получения информации. Системы информирования журналистов 9
2.1 Коммуникативные методы сбора информации 10
2.2 Некоммуникативные способы получения информации 14
2.3Аналитические методы получения информации 21
3.Практическая часть: Анализ источников информации современной российской прессы 24
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 28
Список использованной литературы 30

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Для своей курсовой работы мною выбрана тема «Источники информации в журналистике - система поисков». На сегодняшний день данная тема играет важную роль в журналистике. Большое значение имеет достоверность источников информации. Так как каждый источник информации имеет свою специфику, то к каждому из них необходим индивидуальный подход.

Степень разработанности. Мною было отмечено, что современной литературы, в которой рассматривается вопрос источников информации в журналистике достаточно много. Основными опорными источниками являются книги: М.Н.Ким «Основы теории журналистики», М.Н.Ким «Журналистика: методология профессионального творчества», О.Р.Самарцев «Творческая деятельность журналиста». Их изучение позволило мне узнать полезные сведения об источниках информации в журналистике.

Новизна работы. В этой работе мною была выдвинута своя точка зрения в вопросе использования источников информации в журналистике. Изучая данный вопрос, я опиралась на труды и исследования известных журналистов.

Возможное применение полученных знаний. Сведения о типах и особенностях источников информации в журналистике найдут себе применение в дальнейшей журналистской деятельности.

Цель исследования. Целью курсовой работы является расширение знаний об источниках информации в журналистике, раскрытие особенностей получения информации.

Задачи исследования. При достижении выше перечисленных целей мною решались следующие задачи:

1. - проанализировать существующие теоретические разработки с обозначенной темы;
2. - исследовать особенности функционирования современных источников информации;

3. - сформулировать основные правила работы с источниками информации в современных условиях.

Объект и предмет исследования. Объекты исследования: Современные источники информации Предметы исследования: специфика функционирования современных источников информации и правила работы с ними.

Методы исследования. Для решения поставленных задач в курсовой работе были использованы следующие методы исследования: метод сравнения изданий, в различной степени содержащих характерные особенности поиска источников информации, анализ источников информации современной российской прессы.

Структура работы. Курсовая работа состоит из следующих частей: введение; три главы, первые две их которых содержат в себе ряд параграфов, а третья представляет практическую часть; заключение; список использованной литературы.

1.Общая типология информационных ресурсов. Источники информации

Прежде чем начать изучение особенностей источников информации в журналистике, исследовать особенности функционирования современных источников информации нужно разобраться в том, что же такое информация?

Существует множество толкований слова «информация». Так, в толковом словаре русского языка (1994) оно толкуется так: «1. Сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством (спец.). Теория информации (раздел кибернетики, изучающий способы измерения и передачи информации). 2. Сообщения, осведомляющие о положении дел, о состоянии чего-нибудь. Научно-техническая информация Газетная информация. Средства массовой информации (печать, радио, телевидение, кино). Генетическая информация (спец.) - совокупность наследственных признаков, передаваемых от клетки к клетке, от организма к организму»[1]. В этой трактовке обозначены виды информации, которые имеют специфическое значение в некоторых областях. «Информация- основа журналистики, поскольку именно при помощи информации журналист раскрывает социально-значимые проблемы, рассказывает об окружающей действительности, выражает свою гражданскую и профессиональную позицию»[2]. Такого определение информации по отношению к журналистике у Самарцева. На каждом этапе своей творческой деятельности журналист имеет дело с информацией, она необходима ему, чтобы в итоге прийти к конечному результату. Есть много определений слову " информация ", но в журналистике обычно информацией именуют сведения, приобретенные о событиях, фактах и явлениях окружающей реальности, то

---

[1]. Ожегов С.И, Шведова Н.Ю.Толковый словарь русского языка. – М., 1994. С.245

[2] Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста (очерки, теории и практики): Учебное пособие/ под общ. ред. Я.Н.Засурского.-3-е изд.- М.: Академический проект; Фонд «Мир»,2014. С.58

есть в общем значении известие о чем-нибудь. Информация имеет различные свойства, разновидности. Но, несмотря на разнообразие ее форм, она имеет универсальный характер, следовательно, обладает общими для всех разновидностей свойствами.

Говоря об атрибутивных свойствах информации, Г.С. Мельник пишет: «Во-первых, информационный обмен происходит постоянно в единстве материального и социального (обмен материальными продуктами и нематериальными — в первом случае информация вторична, «утиль», во втором — она продукт самого производства). Во-вторых, любая информация дискретна (обладает свойством прерывности), она существует в виде фрагментов, „кусков“ сообщения, которые могут быть зафиксированы на материальном носителе (в частности, в тексте). В-третьих, движение потоков информации непрерывно. В-четвертых, чтобы стать реальным предметом обмена, информация должна поступать в обращение»[3]

К динамическим свойствам можно отнести, повторяемость и многократность использования

Обладая столь универсальными свойствами, в обществе информация выполняет определенные функции. К ним, как правило, относят: коммуникативную, управленческую, научно-познавательную, учебно-воспитательную и агитационно-пропагандистскую функции.

Коммуникативная функция заключается в том, что посредством общения люди обмениваются между собой необходимой информацией.

Управленческая функция выражается в том, что посредством соответствующей информации можно выдавать различные директивные предписания и указания, формировать нормативные требования, устанавливать различные административные правила, обязательные для исполнения. В этой связи Г.В. Лазутина отмечает, что «информация — это проявление сигнальной связи управляющего характера, которая объективно существует между всеми

[3]Мельник Г.С. О природе и сущности информации// Основы информационной культуры/Отв. ред. С.В.Смирнов. – СПб.,1998. С.9

предметами реального мира и на уровне живой природы расшифровывается получателем сигнала как сведения, диктующие ему изменение поведения»[4]. Учебно-воспитательная функция проявляется в передаче определенных знаний и сведений ценностного характера.

Агитационно-пропагандистская функция выражается в выработке такой информации, которая способствовала бы формированию у человека определенных мировоззренческих установок с целью принятия на их основе конкретных решений.

Все обозначенные функции в той или иной мере указывают на то, что мы имеем дело с особым видом информации — социальной информацией. В.З.Коган определяет социальную информацию, как качественно высший и самый сложный вид информации, самая высокая форма упорядоченного отражения действительности, присущего только человеку, как общественному существу[5].

Действительно, социальная информация возникает и функционирует не в вакууме, а в конкретном социуме; ее продуцирование всегда обусловлено определенными человеческими потребностями; ее движение в пространстве и времени определено взаимодействием между людьми, обменивающимися между собой определенными сведениями; наконец, ее качественные характеристики обусловлены особенностями человеческого восприятия и многим другим. Таким образом, по мнению М.Н.Кима социальная информация выступает в качестве содержательного аспекта социальной коммуникации[6].

Право на получение журналистом информации закреплено в законе, и журналист всегда может быть уверен в том, что это право закон будет отстаивать, становясь на его защиту.

Основой получения информации для журналиста является окружающая действительность, точнее та сфера событий, фактов и явлений, в которой он

---

[4] Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М., 2004. С.11
[5] Коган В.З. Человек в потоке информации. – Новосибирск,1981. С. 15
[6] Ким М.Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. – СПб,2013. С. 122

существует. При этом информация может поступать к журналисту, как минимум, тремя путями, каждый из которых имеет собственную специфику.

Первый путь — личное наблюдение, участие в событии или опыт, в результате которых журналист получает информацию непосредственно, в основном за счет собственных органов чувств.

Второй — работа с источниками информации, при котором получение информации опосредуется типом источника, то есть происходит не напрямую, а через источник-посредник.

Третий путь — аналитический, или синтетический, который приводит к получению информации за счет анализа других сведений, ее синтезу в сознании журналиста.

Совершенно очевидно, что и методологически и типологически мы имеем в каждом из этих трех случаев дело не с разной информацией, а с различными ее вариантами, способами обработки, формами представления.

Для простоты и большей определенности следует дать понятие источника информации. Это определение имеет множество формулировок, например О.Р. Самарцев трактует его, как любой объект или субъект окружающей предметно-событийной области, который содержит в себе или может содержать зафиксированные сведения о событиях, явлениях, фактах и т.д[7]. «В узком плане им является отдельно взятый человек, который, состоя в обществе, располагает сведениями, которые могут быть важны для общественности. Если рассматривать шире, источник информации – все люди, располагающие знаниями, суждениями и имеющие свои точки зрения»[8], так трактуется источник информации в книге П.Т. Сопкина

Традиционно источники делят на следующие типы:

---

[7] Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста (очерки, теории и практики): Учебное пособие/ под общ. ред. Я.Н.Засурского.-3-е изд.- М.: Академический проект; Фонд «Мир»,2014. С.58

[8] Сопкин.П.Т Журналистика: основы профессионализма (мастер-класс): учебное пособие/ П.Т. Сопкин. – Краснодар: Кубаньпечать, 2016. С.21

-документальные, в которые входят все типы печатных, письменных и аудиовизуальных документов;

-персонифицированные, которые объединяют в себе людей, сообщающих все типы сведений, необходимых для работы журналиста;

-предметно-вещественные – все, что, так или иначе, может дать сведения, предметы, обстановка, вещественные свидетельства событий;

Каждый источник информации имеет свою специфику, с каждым следует использовать особенные методики, совокупность которых, представляет собой методологию работы с источником информации.

2.Методология получения информации. Системы информирования журналистов

В работе журналиста по творению журналистского произведения огромный смысл имеет изучение методов профессиональной деятельности. Но, Опытные журналисты знают, что без овладения и применения в журналистском творчестве всего запаса методов действенность труда станет малоэффективной. Ким М.Н говорит о методе так: «Метод в журналистском творчестве играет роль своеобразного компаса, ориентирующего и направляющего всю деятельность в нужном направлении»[9]

По сути дела неважно, какая методология обобщает целостную систему методов и приемов решения практических задач, которые обязаны быть решены для прихода к окончательной цели. При всем обилии подходов к решению данной трудности следует ориентироваться на типологию, связанную с методами ее получения.

Совершенно естественным представляется в данной связи, что журналист может заполучить информацию в ходе конкретного или опосредованного общения с источником, что описывает группу коммуникативных методов сбора информации. Второй путь – это приобретение сведений, избегая стадию общения, то есть таким образом, что никаких коммуникативных действий журналист предпринимать не обязан. Эта группа некоммуникативных методов. Третий путь связан синтезом информации, то есть определяет группу синтетических или аналитических методов. Е.П.Прохоров выдвинул важный тезис, касающийся методов публицистического творчества: «метод любого типа познания прямо предопределяется предметом»[10]

---

[9] Ким М.Н. Журналистика: методология профессионального творчества. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А.,2004. С.123

[10]Прохоров Е.П. Публицист и действительность. – М., 1973. С.11

2.1 Коммуникативные методы сбора информации

Коммуникативные методы сбора информации соединены с получением информации в ходе непосредственного или опосредованного общения журналиста с источником.

Чаще всего этот способ просит активной позиции со стороны журналиста, то есть он является инициатором самого процесса. Например, в ходе подготовки материала, журналист испытывает недостаток в целом ряде фактов, что принуждает его прибегнуть к источникам, таковыми сведениями владеющим. У всех коммуникативных процессов имеется две стороны – это коммуникатор, источник информации и коммуникант – ее потребитель.

По сути дела мы владеем два типа коммуникации, – при которой журналист, выступая в качестве коммуникатора, активизирует процесс передачи информации и ориентирует его в силу личных потребностей. То есть этот процесс не однонаправленный и прямолинейный, а реверсивный (способный к замене коммуникативных ролей) для участников общения и оборотный (не завершающийся после первого цикла). Коммуникация в ходе получения журналистом информации носит нрав интеракции, функционального взаимодействия участников общения.

Классическим коммуникативным методом получения информации являются интервью и беседа, в ходе которых журналист, и источник информации находятся в конкретном или опосредованном разными средствами контакте.

Что же такое интервью? Интервью – целый, плановый, структурированный разговор, с целью получения определенной информации.

Диапазон вероятных применений интервью фактически безграничен. Если информация необходима персонифицированная, определенного рода и ограниченная по размеру, интервью эту цель реализует при всех условиях (так как интервью постоянно стремится к достижению определенной цели). Сильной стороной интервью является как его структурированность, так и

вероятность получения информации экспрессивного (расширенного личностными качествами) типа.

По содержанию интервью делятся на так называемые документальные интервью, целью которых является – изучение событий прошлого, уточнение фактов, и интервью мнений, цель которых – выявление оценок, взглядов, суждений и т.п.[11]

Другим методом сбора информации является беседа. Беседа – вторая форма проф. диалога в ходе сбора информации. Существует много мнений о том, является ли беседа самостоятельным методом получения информации или может быть определена, как интервью-рассказ. Думаю, следует все же отметить беседу в отдельный, от интервью способ, поскольку и цели и разработка беседы имеют значительные отличия от технологии и целей интервью.

Беседа может быть определена как разговор равноправных участников общения, построенный в определенной теме по свободной структуре.

Беседа один из более эффективных способов получения информации, так как во многих вариантах она позволяет получить самый просторный объем различной информации. Результат беседы всегда шире, чем результат интервью, опроса и т. п., так как только в беседе присутствует коммуникативная воля и коммуникативное равноправие, способствующие раскрытию личности. В разговоре собеседник ощущает себя вне твердых рамок, владеет возможность маневра, самостоятельно углубляется в более чувствительные, задевающие личность вопросы или обходит их стороной. Беседа постоянно требует взаимной заинтересованности, то есть обоюдной мотивации, что во немало раз повышает ее информационную вместимость.

Следующим методом получения информации можно назвать опрос. Он является способом получения информации при поддержке структурированного разговора. Объектом опроса является не установленный источник, а целевая группа.

---

[11] Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программы, методы. – Самара, 1995. С.143

Технологически опрос проводится по способу, схожим со способом интервью, за исключением того, что одни и те же вопросы задаются нескольким респондентам.

Реализация плана опроса просит от журналиста четкой и недвусмысленной постановки цели, так как при достаточно объемном опросе категорично исключены коррективы содержания и последовательности вопросов, что приводит к искажению репрезентативности окончательного результата. Кроме обычных опросов на улице, в журналистике разрешено выделить:

-телефонный опрос, он дозволяет получить материал для подготовительных действий, способен исполнить функцию способа сбора подготовительной информации.

-экспертный опрос, один из более достоверных опросов, доступный в практике журналиста. Это обусловлено ограниченным числом целевой группы, что действительно упрощает функцию, не снижая достоверности итогов. Основой экспертного опроса является определение проблемы и точная постановка вопросов, которые, по мнению его создателей, проблему могут прояснить.

Так же особенное место в журналистике занимает проф. социологический опрос. Относительно этого способа следует заявить, что его применение лучше доверить проф. социологам. Проведение профессионального, достоверно отражающего ситуацию социологического опроса, это не способ журналистики, а четкая научная методика, с которой журналисты сталкиваются, как правило, лишь на уровне итогов.

Свое мнение по поводу разницы между социологическим и журналистским опросом О.Р. Самарцев выражает так: «Журналистский опрос

выявляет симптом на уровне тенденции, социологический опрос же способен показать структуру процесса в самых мельчайших деталях»[12]

К коммуникативным методам сбора информации можно отнести запрос информации. Обращение за информацией в разные официальные инстанции для журналиста так же обычная работа, как и интервью. Эта надобность диктуется многими обстоятельствами, в основном обусловленными тем, что много открытых для всеобщего доступа сведений или не публикуются, или не входят в обычные отчетные формы, или журналисту требуется не первичная, а обобщенная, когда-то обработанная информация из официального родника.

Право на получение информации по официальному запросу гарантировано журналисту законом[13]. При этом только журналист имеет право запрашивать некоторые типы информации, а аудитория получила вторичное право получать ее из публикаций.

Информация, полученная по запросу, фактически никогда не бывает неточной, недостоверной, так как ее готовят умышленно, проверяя и основываясь на документах. Часто информация, полученная по запросу, помогает опровергнуть или засвидетельствовать уже имеющиеся сведения и может, сыграть роль недостающей делали в цепочке размышлений или фактов.

Участие в пресс-конференциях, брифингах и т. п. - метод, который является очень эффективным в сочетании с другими. Мероприятия подобного типа предоставляют множество нужных сведений, держат в курсе очень актуальных событий, позволяют из первых рук обретать информацию, не требующую в обыкновенном случае дополнительной проверки. Информация в огромном объеме может быть получена оперативно и в одном месте, без доп. поисков и следующей обработки. Как правило, мастерски подготовленная

---

[12] Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста (очерки, теории и практики): Учебное пособие/ под общ. ред. Я.Н.Засурского.-3-е изд.- М.: Академический проект; Фонд «Мир»,2014. С.70

[13] Ст. 38 и 39 Закона РФ «О СМИ». 1991

пресс-конференция снабжает журналиста цельным информационным комплектом – пресс-релизы, коммюнике и т. д., в которых немало полезных сведений.

Правильная подготовка к пресс-конференции мало чем отличается от подготовки к интервью. Разница тут в том, что число участников интервью этого формата, как правило, довольно велико и журналисту изредка удается задать более чем два-три личных вопроса. Это плохое обстоятельство нивелируется тем, что большая часть участников исчерпывают главный диапазон вопросов по проблеме, вам остается лишь дополнить их своими и оригинальными.

Подготовка к пресс-конференции наступает заблаговременно, журналист обязан сделать много организационных и проф. шагов, чтоб быть во всеоружии на самой встрече. Необходимо заполучить о ней информацию, оценить состав участников, понять как, конкретно можно применять мероприятие в собственной работе, какую информацию разрешено на ней получить, создать условия аккредитацией, приготовить фото, видео, аудио-оборудование и т. д., основательно подготовить вопросы.

2.2 Некоммуникативные способы получения информации

Способы получения информации, которые не предусматривают прямого или опосредованного общения журналиста с источником, могут быть определены как группа некоммуникативных способов, их значение невозможно недооценивать. Каждый раз, когда журналист проверяет потребность в той или другой информации, он делает отбор, каким конкретно методом ему пользоваться, чтобы заполучить как можно больше сведений и эффективнее осуществить этот процесс.

Современная редакция стремится к использованию всех доступных каналов, начиная с обыкновенной работы с источниками, звонков, собственных

встреч и переписки, до самых современных – прямых подписных каналов информагентств.

По сути дела нынешний журналист, имеющий все нужные технические средства, может писать, что называется, не " отступая от стола ", но это только видимость. Основным, обычным некоммуникативным способом для любого журналиста является все же свой опыт и наблюдение, который на протяжении почти всех столетий был действенным и претерпел за эти годы совершенно незначительные конфигурации.

Личный опыт и наблюдение – метод предварительного сбора информации для определения темы произведения, направления поиска темы, для определения социальной напряженности или проблемы.[14]

С другой стороны – свой опыт и наблюдение всегда помогут нам, если мы имеем много сведений противоречивого характера, но не можем прийти к окончательному выводу – истина это или преувеличение, слухи.

Одним из знаменитейших в журналистике жанров стало собственное участие журналиста, в каком либо процессе – путешествии, опыте и т. д., и то, что называют "журналист меняет профессию". Это несколько иной нюанс информационного поиска, который предусматривает первичный смысл именно субъективного восприятия журналистом тех или других событий. Эмоции, цвета, нюансы становятся материалом, который журналист может донести до читателя, не скрывая, что прочувствовал все на себе, а делая на этом соответствующий упор.

Тренированное мышление и социальное чутье журналиста, умение видеть то, что прячется от непрофессионального участника событий, имеют все шансы придать фактам совсем иной угол зрения, представить то, что скрыто, выразить его социальную сущность.

---

[14] Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста (очерки, теории и практики): Учебное пособие/ под общ. ред. Я.Н.Засурского.-3-е изд.- М.: Академический проект; Фонд «Мир»,2014. С.86

Разумеется, лишь опыта и лишь наблюдения тут совершенно мало, опыту и наблюдению предшествует крупная работа по сбору информации иными средствами. По сути дела журналист, вживаясь, погружаясь в ситуацию (к примеру, профессию учителя или полицейского) выяснит о ней множество мелких деталей, общие сведения, и лишь на конечной стадии испытывает все это лично.

Акция как метод получения информации. Не все действия, о которых журналист желает написать в собственном творении, могут произойти сами по себе, точнее не все действия, являются свидетельствами каких-то принципиальных социальных действий. Это, очевидно, не значит, что и самого процесса не существует. Чаще всего, понимая, что процесс имеется, развивается, или стараясь изучить его подробнее, журналист не может отыскать настоящие его проявления в событиях и фактах, так как они незначительны, укрыты или, к примеру, настолько многообразны, что не поддаются какой-нибудь систематизации.

Тогда журналист имеет возможность изготовить что-то, что спровоцирует реакцию на его деяния в контексте исследуемого явления. То, что нередко именуют способом провокации можно описывать положительно, но сущность любой провокации – это действие, акция.

Принцип журналистской акции в целом понятен, если учитывать, что это не спонтанный, а отлично рассчитанный заблаговременно способ, требующий не только предварительной подготовки, постановки цели, планирования.

Акция не может приносить беспорядки, протесты, митинги, то есть заменять собой натуральный ход вещей, не обязана быть социальным детонатором.

В целом, принцип того, что невозможно делать во время проведения журналистской акции, понятен – он совместный для всей журналистики и может быть сформулирован по старой медицинской формуле – не навреди.

Что может акция – труднее, так как внешний подход тут исключен и алгоритмизация процесса неэффективна. Подобно любому социальному

эксперименту журналистская акция планируется исходя из ситуации, контекста, эксперимента и профессионализма ее организаторов и участников.

Иногда акция ориентирована на конкретную личность. Это особенный вариант, который обязан иметь серьезные общественные оправдания, так как личность при верно поставленном опыте проявит себя и это проявление может основательно ей навредить. Журналиста "Комсомольской правды" Владимир Ворсобин совместно с редакционным художником составил фоторобот несуществующего человека и предъявил его для воскрешения Григорию Гробовому, на публике обещавшему вдохнуть жизнь в кого за очень значительную сумму. Любопытно событие, что 10-ки тысяч обманутых людей, оскорбленная церковь и правоохранительные органы оказались слабее и нерешительнее одного журналиста. Именно его сведения и его обвинение Грабового в мошенничестве стало основой уголовного дела, которое были обязаны под воздействием общественности и бесспорных доказательств возбудить в прокуратуре. Журналистская акция, призванная обличить мошенника стала основой настоящего уголовного преследования. Но причинил ли журналист ущерб личности или встал на охрану публичных интересов – колебаний не вызывает, так как вариант с сектой Грабового нес в себе явную социальную угрозу, которую общество предпочитало не замечать. Но журналист вывел ее из тени, воспользовавшись собственным правом на приобретение информации, и подвигнутый на это общественной и профессиональной ответственностью

Словом, возможностей тут большое множество, следует помнить только о том, что для журналиста категорически исключено, и о том, что акция обязана быть, как и любой опыт, предсказуема, и управляема («журналист, так или иначе, планирует получение определенных сведений, составляя по ним рабочую гипотезу»[15]).

[15]Кашинская Л. Метод наблюдения в журналистике. М: Изд-во Моск. ун-та,1987. С.50

Проводя акцию, журналист не заменяет собой жизнь, он элементарно исследует ее, формируя для этого недостающие условия. И тогда даже способ провокаций не станет восприниматься в негативном ключе, а будет неплохим средством исследования сообщества и получения неповторимой общественной информации.

Одним из некоммуникативных способов получения информации является работа с документами. Окружающая реальность фиксируется не только на страницах газет и журналов, не только на телеэкранах, но в бесчисленном количестве самых различных документов. Поистине огромный информационный массив накоплен за тысячелетия человечеством в книжках, творениях художества, деловых и личных бумагах.

На исследовании документов построена история. Изучение документов – база большого множества наук от архивоведения до социологии. Разумеется, журналистика не может не применять этот по-настоящему неповторимый информационный массив.

Работа с документами – база основ четкой, честной журналистики, стремящейся к установлению правды. Принцип тут таков, что чем более почтительно к аудитории и мастерски работает издание, тем в большей ступени базируется оно на бумаги.

Информационные агентства и интернет-СМИ так же являются источником информации. В Российской информационной среде действует много профессиональных организаций - ИТАР-ТАСС, РИА "Вести" (Новости), Интерфакс и остальные агентства, работающие в рамках обычных технологий. Подписка на информационный продукт, который они поставляют на рынок, гарантирует фактически целый диапазон информации, нужной для обычной деятельности СМИ, способной не только направить во внутренних и интернациональных событиях, но и точечно направить стремления журналистов по конкретным темам и адресам.

Особое пространство в современной журналистике играют сетевые агентства, результативность, доступность и объемы, информации которых не

имеют аналогов. Сетевое информационное агентство LENTA.RU (www.lenta.ru) в отличие от обычных информагентств дает информацию всем пользователям сети, включая СМИ всех типов.

Многие газеты и журналы имеют свои Интернет-версии, предоставляющие доступ к широким архивам публикаций, которые чаще всего являются бесплатными для потребителя.

Многие публичные, муниципальные и коммерческие компанию имеют отлично работающие пресс-службы и службы связей с общественностью, которые так же являются источниками информации.

Обширнейший материал пресс-релизов, резюме, коммюнике и остальных нужных документов о деятельности данных организаций чрезвычайно часто является тем источником информации, который даст новейшие темы или подскажет направленность поисков новостей.

Правильная организация сотрудничества с пресс-службой носит обоюдополезный характер, когда вы сможете применять информационные ресурсы интересующей вас организации, а она рассчитывать на понимание и интерес с вашей стороны.

Сотрудничество с внештатными корреспондентами становится довольно популярным в современных коммерческих изданиях. Современное стрингерство или фрилансерство достаточно специфично и пришло из западной практики.

С одной стороны, фрилансерами выступает огромная армия корреспондентов на местах, которые по договору или добровольно продают свои материалы редакции, получая вознаграждение за каждый материал в отдельности или за определенный период. Преимущество здесь заключается в том, что, не раздувая штат редакции, можно получить очень большое число корреспондентов, которые являются не просто источниками информации, но зачастую весьма профессиональными журналистами. Сетевые информационные службы привлекают к такой деятельности самые обширные нештатные коллективы, при этом в зависимости от качества материалов и

результативности фрилансера их гонорары могут составлять весьма значительные суммы.

Другой тип фрилансеров – свободные «охотники за информацией», которые поставляют готовый и весьма профессиональный продукт. Они чаще всего хорошо технически оснащены, имеют собственные источники информации, эксклюзивные данные и, самое главное, способности и время для разработки сколь угодно сложных и опасных тем.

Следующий некомунникативный способ получения информации – работа с измерениями и научными данных. Такой, казалось бы, экзотический источник информации, как измерения окружающей реальности при помощи разных устройств и вообще данные, имеющие численную форму представления, имеет к журналистике конкретное отношение, как и приведенные нами раньше способы.

Конечно, журналиста тяжело себе доставить выходящим на розыск информации с барометром, альтиметром или телескопом. Хотя, случаются ситуации, когда и эти приборы имеют все шансы оказаться полезными.

Метод измерений силен конкретно тем, что любой, повторивший его в тех же критериях, получит подобные итоги. Он объективен, так как основан не на качественной оценке, а на количественном способе.

Измерить можно почти все – шум, проходящей возле жилых домов автотрассы, излучение антенн сотовой связи, поставленных на клинике или на школьной крыше, загазованность и содержание вредоносных веществ. Все, что человек способен произвести, поддается научной оценке. И сам факт данной оценки, и ее итоги могут дать еще больше информации, кроме того совсем беспристрастной, чем тысячи размышлений на эту тему, оценок, понятий и компетентных споров. Журналист, вооруженный общественной ответственностью и пером, всегда наименее убедителен, чем журналист с ответственностью, пером и четким прибором.

Очевидно, лучше избегать косвенных данных, сравнительно которых требуются трудные и неубедительные суждения вроде "состояние стрелки

свидетельствует о вероятности пребывания" и т. д. Такие данные неубедительны снаружи и имеют все шансы просто подорвать доверие ко всему материалу, так как аудитория, может не понять сути измерений. Это даст очень нехороший результат, обратный задуманному

Поэтому в измерениях, как, в общем, и в применении остальных способов следует руководствоваться необходимостью, не делать их самоцелью.

2.3Аналитические методы получения информации

Не вызывает никакого сомнения тот факт, что синтез информации в сознании журналиста, аналитическая работа его ума составляет немаловажную часть его деятельности. Чаще всего именно анализ, основанный на интуитивном умении сопоставить разрозненные факты, приводит к возникновению сведений, которые мотивируют журналиста на выбор темы.

Журналист видит, чувствует окружающий мир, живет в его ритме, согласно его правилам и закономерностям, он обладает воспитанием, моралью, этическими и нормативными знаниями. Его мировоззрение говорит ему о рациональной составляющей мира, его мироощущение обогащает образно-эмоциональную сферу.

В этой среде и появляется тот синтетический информационный массив, который есть предмет индивидуального творческого переосмысления действительности.

Диапазон синтетической информации крайне широк, главное условие документального синтеза – это наличие всех необходимых исходных сведений, достоверность которых и определяет степень достоверности производной синтетической информации.

Среди аналитических методов получения информации мы можем назвать моделирование. Современные компьютерные технологии разрешают моделировать то, что принципиально не могло быть увидено или документально закреплено. Компьютерная видеографика на базе технологий

виртуальной действительности (моделирования) дозволяет не элементарно увидеть, а восстановить в подробностях любое явление, сравнительно которого имеется начальная информация.

Воссозданная при поддержке моделирования информация–это не элементарно синтетическая информация – это официальные бумаги, надежность и аутентичность которых принята органами расследования и всеми официальными инстанциями. Современная журналистика употребляет ее настолько же обширно, как и прямые документальные трансляции.

Следующий метод получения информации - метод реконструкции событий. Он не столь уж и экзотичен, если основан на точных данных.

В сущности, реконструкция – это вариант моделирования, который воссоздает явление в подробностях, очень близко к тому, как оно произошло. Профессиональная реконструкция базируется на свидетельствах очевидцев, участников, работающих лиц, которые воссоздают явление в том облике, в котором оно действительно вышло. При проведении реконструкции лучше учесть все подробности – время, когда явление действительно случилось, количество и состав участников, его ритм и динамику, совместный хронометраж, размещение объектов и людей, их взаимодействия.

Результаты реконструкции практически постоянно максимально приближены к объективности. Главное правило – никогда не выдавать даже самую достоверную, верную и детализированную реконструкцию за настоящее явление. Это станет ложью, это совсем исключено, так как преступает не только этические нормы, но и закон.

Следует держать в голове, что это чрезвычайно привлекательный, впечатляющий, но чреватый ошибками при небрежном выполнении способ. В той же мере, насколько он эффективен в опытных руках, в той же опасен и может привести к негативным последствиям в руках небрежных.

Прогнозирование, как способ получения информации играет необыкновенную роль в аналитических жанрах, так как дозволяет не только оценить совокупность событий, которые в прогнозе получают вид законченной

стройной системы, но и предсказать то, что может случиться. Конечно прогноз – способ очень трудоемкий, требующий большой компетенции его создателя, суровой подготовительной работы по разбору, сопоставлению фактов и т. д., но без него тяжело обойтись при разборе трудных социальных проблем.

Аудитория ожидает от журналиста-аналитика не только общих размышлений и фактов, о которых уже известно, но и вывода, резюме. Именно прогноз чаще только становится тем единым аргументом, который уверяет читателей, зрителей или слушателей в том, что журналисту разрешено полностью доверять.

Проще всего пользоваться в этом отношении поддержкой профессионалов, экспертов в предоставленной области. Однако прогнозы профессионалов – даже очень авторитетных – нередко бывают противоречивыми, порою исключают друг друга, что может в такой мере запутать аудиторию, что она обязана, станет спросить, а что думает сам журналист, который выходит с серьезной проблемой на публику. Прогноз требует не только познаний и эксперимента, но и известного рода профессионального мужества, так как прогнозы регулярно не оправдывающиеся, сразу же делают их создателя комической и ничтожной фигурой.

Роль прогностической аналитики чрезвычайно высока в периоды, когда вырастает социальная напряженность, когда общество дезориентировано обилием недостаточно понятных обычному человеку процессов, когда любому хочется выяснить не только то, что вышло, а то, что может случиться.

Прогноз строится лишь на основании теории, а не гипотезы (гипотеза – это намерение, теория, это проверенное и доказанное предположение, ставшее системой взоров).

3.Практическая часть: Анализ источников информации современной российской прессы

Для практической части мною были выбраны газеты из списка «ТОП-10 СМИ»[16] за 2016 год на сайте «Медиалогия» - компании разработчика автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа в режиме реального времени. На основании этого рейтинга мною были выбраны 2 печатных издания: это «Коммерсантъ» (1 место) и «Российская газета (4 место). На примере этих газет можно исследовать особенности функционирования современных источников информации в российской прессе.

Для того чтобы раскрыть особенности работы современных источников информации необходимо провести сравнительный анализ газеты Коммерсантъ и Российской газеты на основе следующих признаков: учредительских, редакционных, аудиторных.

Учредительские признаки:

Газета «Коммерсантъ»

Учредитель газеты «Коммерсантъ»: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом». Газета относится к коммерческим СМИ, и имеет следующие источники финансирования:

— денежные средства от реализации тиража;

— коммерческая деятельность;

— рекламная деятельность.

Газета «Коммерсантъ» отстаивает позицию и интересы различных социальных групп и слоев общества, представляет интересы крупных фирм и организаций.

Тематическая направленность газеты «Коммерсантъ»:

-политика;

-экономика;

-производство;

-культура;

[16] http://www.mlg.ru/ratings/ (дата обращения 15.04.2017)

-спорт.

По групповой принадлежности газета Коммерсант относится к деловым СМИ.

«Российская газета»

Учредитель «Российской газеты»: Правительство РФ, она относится к государственным СМИ.

«Российская газета» имеет следующие источники финансирования:

— бюджетное финансирование;

— реализация тиража;

— рекламная деятельность.

«Российская газета» содействует функционированию государства и совершенствованию государственного механизма, воздействует на деятельность общественных институтов, способствует упрочнению общественно необходимых политических, нравственных и социальных норм.

Тематическая направленность «Российской газеты»:

-политика;

-экономика.

«Российская газета» относится к общественно – политическим СМИ.

Редакционные признаки:

Газета «Коммерсантъ»

Газета «Коммерсантъ» имеет смешанный состав авторов.

«Коммерсантъ» публикует информацию, как кратковременного использования, так и длительного использования. Используется два стиля изложения: публицистический и деловой.

«Российская газета»

В состав «Российской газеты» входят как штатные сотрудники, так и внештатные. К внештатным сотрудникам в основном относятся политические деятели.

«Российская газета» в основном содержит информацию длительного использования. Стиль изложения: деловой и публицистический.

Аудиторные признаки:

Газета «Коммерсантъ»

«Коммерсантъ» является региональным СМИ, он предназначен для целевых социальных групп, которые в свою очередь делятся на следующие виды:

-СМИ социальных групп, сформированных по признаку принадлежности к общественно-политическим структурам;

-СМИ социальных групп, отличающихся имущественным цензом и социальным статусом в обществе;

-СМИ социальных групп, имеющих различный производственно-должностной статус.

Коммерсант печатается 6 раз в неделю и имеет тираж около 75000 экземпляров (среднее тиражное издание).

«Российская газета»

Российская газета является массовым СМИ, общенациональным средством массовой информации,

Тираж «Российской газеты» примерно 300000 экземпляров (большее тиражное издание).

«РГ» относится к нескольким способам распространения т. к. в разных регионах разная периодичность издания

Общие признаки газеты «Коммерсантъ» и «Российской газеты»:

1. Газета Коммерсант и Российская газета являются легальными изданиями.

2. Оба издания относятся к официальным изданиям изданиями.

3. Стиль изложения характеризуется как публицистический и деловой.

4. Обе газеты строго структурированы, материалы распределены по разделам и рубрикам.

5. Исходя, из тематики обоих изданий можно сделать вывод, что они относятся к публицистическому жанру.

Сделав анализ этих печатных изданий можно прийти к выводу, что значительный процент информации газета «Коммерсантъ» получает из коммуникативных источников информации (например, интервью или опрос), так как они обширно освещают тему спорта, искусства, производства. В этих темах предпочтителен прямой контакт с людьми. Но некоторая информация поступает от крупных фирм и организаций. Чаще всего такой материал получается некоммуникативными способами (работа с пресс-службами и службами связи с общественностью). Основным же источником информации «Российской газеты» являются органы местного самоуправления, региональная и федеральная власть, так как содействует функционированию государства и совершенствованию государственного механизма. Также «Российская газета» получает информацию из документов (постановления правительства и т. п.) – это некоммуникативный способ. Естественно, «РГ» не ограничивается только информацией от властей, она так же пользуется коммуникативными методами получения информации, но уже в меньшей степени, чем «Коммерсантъ».

В целом, эти газеты используют как коммуникативные, так и некоммуникативные методы получения информации, и, в некоторых случаях даже аналитические. Делают они это в разных случаях и в разном соотношении.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сделав общий обзор и общую характеристику главных источников журналистской информации, проанализировав разную литературу, сопоставив разные точки зрения на проблему журналистской информации, я сделала следующие выводы:

Получение сведений (или информации) – это постоянно взаимодействие журналиста с объектом. Поэтому, выбирая тот или другой источник информации, журналист обязан учесть:

1. Общие и конкретные цели (о чем будет материал, для чего его пишет журналист – то ли он собирается лишь сообщить читателю о фактах и событиях, то ли собирается представить с чьим-то мнением, то ли расследует предпосылки сложившейся ситуации и пр.)

2. Доступность источников информации (если журналист не может заполучить доступ к документам, то ему нужно находить собеседников, которые обладали бы подходящей информацией. Или напротив. Если не удаётся взять интервью у известных личностей, нужно проверить библиотечную литературу, приподнять подшивки статей, отыскать 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 следить за внешними действиями объектов собственного исследования, встретиться со многими собеседниками лично, изучить бумаги. И другое дело, когда репортёр готовит заметки в номер в течение нескольких часов. В этом случае он обязан ограничиться телефонной беседой, собственным источником информации.)

4. Степень надёжности информации (если журналист сомневается в надёжности информации, приобретенной одним из способов, ему нужно проверять её с помощью других)

Существует огромная численность разных источников информации. Все они имеют ряд преимуществ и недостатков. Для удачного воплощения

собственных функций в обществе журналисту нужно знать и уметь использовать все источники информации, что существенным образом обогатит и разнообразит материалы этого журналиста.

Список использованной литературы

1. Закона РФ «О СМИ», ст. 38,39. 1991
2. Кашинская Л. Метод наблюдения в журналистике. М: Изд-во Моск. ун-та,1987. – 58 с.
3. Ким М.Н. Журналистика: методология профессионального творчества. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А.,2004. – 496 с.
4. Ким М.Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. – СПб,2013. – 288 с.
5. Коган В.З. Человек в потоке информации. – Новосибирск,1981. – 177с
6. Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: учеб.пособие/ С.Г. Корконосенко. – М.: Логос,2010. – 248 с.
7. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М., 2004.- 240 с.
8. Мельник Г.С. О природе и сущности информации// Основы информационной культуры/Отв. ред. С.В.Смирнов. – СПб.,1998. С.9
9. Ожегов С.И, Шведова Н.Ю.Толковый словарь русского языка. – М., 1994. – 955 с.
10. Прохоров Е.П. Публицист и действительность. – М., 1973. – 317 с.
11. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста (очерки, теории и практики): Учебное пособие/ под общ. ред. Я.Н.Засурского.-3-е изд.- М.: Академический проект; Фонд «Мир»,2014. – 528 с.
12. Сопкин.П.Т Журналистика: основы профессионализма (мастер-класс): учебное пособие/ П.Т. Сопкин. – Краснодар: Кубаньпечать, 2016. – 284 с.
13. Топ- 10 СМИ [электронный ресурс]//Медиалогия: компания-разработчик автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа в режиме реального времени. URL: http://www.mlg.ru/ratings/ (дата обращения 15.04.2017)
14. Черникова Е.В.Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.
15. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программы, методы. – Самара, 1995. С.143