

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

Факультет журналистики
Кафедра издательского дела, рекламы и медиатехнологий

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Технология производства
печатных и электронных средств информации»

на тему:

**«ХАРАКТЕРИСТИКА И СТРУКТУРА
ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ»**

Студентка **Горяйнова Е. В.**
1 курс ЗФО
направление «Издательское дело»
Факультет журналистики

Научный руководитель
Старший преподаватель кафедры Издательского дела,
рекламы и медиатехнологий **Доронина И. Ю.**

оценка за курсовую работу _____

_____ *дата и подпись*

Краснодар 2015

Оглавление:

Введение.....	3
1. Характеристика источников информации	5
1.1 Открытые источники информации.....	5
1.2 Закрытые источники информации.....	7
1.3 Незазванные источники информации.....	9
2. Структура источников информации.....	11
2.1. Документы	11
2.2. Информационные агентства	15
2.3. Интернет.....	16
2.4 Человек	19
Заклучение.....	24
Использованная литература.....	26

Введение

Термин информация произошел от латинского слова «informatio» - «сообщение, изложение, некоторые сведения, совокупность данных». Информация - это посредник между журналистом и аудиторией, это «инструмент», которым оперируют журналисты всех рангов. Сама сущность журналистики заключается в поиске, сборе, обработке, интерпретации и распространении информации.

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 отдельного человека. Таким образом, в поле зрения журналистов находится многообразный мир во всех его проявлениях. 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 журналистская информация должна обладать рядом особенностей, традиционный набор которых включает в себя объективность, правдивость, новизну, полноту, достоверность и др.

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. Наиболее доступны и популярны - открытые источники информации, более специфичны - закрытые. Но перед тем как пытаться выстраивать какую-то классификацию, необходимо определить, что такое источники информации, насколько важное место они занимают в журналистской работе, зачем вообще уделять им столько внимания. Безусловно, обладая элементарной логикой, можно понять, что источник - это некий текст, на основе которого пишется новость. Это может быть

информационное сообщение, комментарий эксперта, это может быть даже твиттер-трансляция. Главное, чтобы информация была достоверной. Для написания даже одного серьёзного материала обычно используется множество таких текстов, на них обязательно делаются ссылки.

Итак, источники информации - это человек или объект, предоставляющий журналисту информацию о чём-либо. Если человек делает это осознанно, то объект чаще всего является частью того события, которое становится информационным поводом. По сути, источник информации - это некто или нечто, с помощью которого журналист может получить доступ к информации.

В своей курсовой работе я исследовала источники информации, определила их характеристики и структуру.

В первой главе я рассмотрела характеристику источников, где можно выделить открытые и закрытые источники информации, какие из них являются достоверными и недостоверными.

Вторая глава посвящена определению структуры источников информации, где можно выделить работу с государственными органами, изучение документов, знакомство с работой информационных агентств, методику получения информации из Интернета, а также определение человека, как основного источника информации.

Курсовая работа завершается выводами, сделанными в результате проведенного исследования.

1. Характеристика источников информации

Определяющим в журналистике вообще, является поиск, систематизация и анализ информации по исследуемой теме.

Информация - сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления.

Источник информации - гражданин, физическое лицо, в силу своего положения и полномочий располагающий сведениями, которыми интересуются средства массовой информации.

В качестве источника информации могут выступать реальная среда (сюда относятся природная, урбанистическая и предметно-вещественная среда, в которой обитает человек), виртуальная информационная среда, различные базы данных, человек, документ и т. д.

Разберемся, чем отличаются одни от других, и какие тонкости существуют в работе с ними.

1.1 Открытые источники информации

Открытые источники информации являются основными. Из основных источников журналист может получить полную информацию на интересующую его тему. Но как найти эту тему, как узнать, где и что произошло, а лучше - будет происходить? Сегодня существует достаточно развернутая система информирования журналистов о происходящих событиях. В нее входят такие формы, как:

- брифинги - короткие совещания работников СМИ, на которых идет ознакомление с позицией властных структур по какому-либо вопросу;

- презентации - торжественные встречи представителей государственных, общественных или частных структур с общественностью, в том числе и с журналистами для ознакомления с новым предприятием, продукцией, проектом и т.д.;

- пресс-конференции - встречи государственных и общественных деятелей, представителей науки, культуры, спорта и т.д. с журналистами для информирования их в связи с актуальными событиями и для ответов на их вопросы;

- пресс-релизы - специальные сводки сообщений для прессы о существенных фактах, в той или иной сфере действительности, создаваемые соответствующими пресс-службами;

- специализированные информационные бюллетени о текущих событиях той или иной сферы деятельности, издаваемые информационными агентствами;

- сообщения по факсу или электронной почте, поступающие в СМИ от пресс-секретарей, пресс-служб и информационных агентств.

Самые распространенные источники информации - представители официальных органов власти. Журналист обращается за информацией в государственные учреждения, исходя из того, что именно они, в первую очередь обязаны снабжать граждан, организации по их запросу наиболее точной, объективной.

Достоверная информация - информация, не вызывающая сомнений, подлинная, реальная. Сведения, соответствующие действительности, т. е. факты, наличие которых при необходимости можно подтвердить юридически корректными процедурами (с использованием документов, свидетелей, экспертных заключений и т.д.). В практике журналистов достоверными считаются сведения, публикуемые с обязательной ссылкой на источник.

Однако следует учесть, что, используя открытые источники информации, журналист невольно «плетётся» в хвосте событий. Блеснуть сколько-нибудь оригинальной идеей при таком подходе сложно. Более перспективный источник - различные информационные системы, интернет. Интерес представляют новостные сайты, форумы, всевозможные чаты, где ведется активное обсуждение интересующих событий. К этому же роду источников относят пресс-службы различных структур.

Но, при использовании данных, полученных от них, следует учесть такие нюансы:

- зачастую пресс-службы не столько предоставляют актуальную информацию, сколько создают положительный образ определенной структуры или организации, что может приводить к заведомому искажению фактов или их утайке;

- информация этими структурами подается очень дозированно, неполно и однобоко, поэтому требует тщательной проверки.

Желая получить полную картину событий, многие журналисты обращаются в соответствующие органы и службы за дополнительными данными и уточнениями. Насколько эта затея окажется успешной, зависит от умения репортера налаживать личные связи.

Ещё один открытый источник ценной информации - более осведомленные коллеги-журналисты. Подобное сотрудничество не только способствует обмену свежими новостями и интересными фактами, но и помогает при реализации крупных проектов.

При работе с открытыми источниками также надо учитывать, что степень внимания, уделяемого в них различным обстоятельствам, далеко не всегда соответствует действительной значимости этих обстоятельств. На состав сообщений открытых источников влияет, среди прочего, конкурентная борьба за читателя, зрителя, слушателя. Кроме того, во всякой стране открытые источники используются в той или иной степени для манипулирования гражданами этой страны.

1.2 Закрытые источники информации

Поскольку обнародование информации ранее неизвестной - это ключевая задача журналистики, а добыть такие сведения в свободном доступе практически нереально, то обойтись без закрытых источников информации репортеру сложно. Каждый журналист, мечтающий о сенсации,

обращается и к документам под грифом «секретно», и к помощи людей, имеющих допуск к ним.

Отметим, что эти способы, хотя и дают возможность получить уникальный, интересный материал, связаны с довольно большим риском. Неумелое и неосторожное их использование грозит серьезными неприятностями, как журналисту, так и издательству. Еще одна трудность в работе с информацией, полученной подобным образом - сложность проверки ее достоверности. Очень часто репортер имеет дело с копиями документов, подделать которые не составляет труда, поэтому шанс попасть впросак довольно большой. Чтобы этого не случилось, факты, лежащие в основе публикации, должны быть подтверждены несколькими источниками.

К примеру, выявление полной картины события, которое стало предметом журналистского расследования, невозможно без достоверной информации о разных сторонах этого события. Получение нужной информации - это самый сложный этап в ходе журналистского расследования. Поиск в известной мере облегчается тогда, когда журналист знает, из какого источника ему получить информацию и что примерно она будет из себя представлять.

Источники информации, используемые журналистом, можно условно разделить на две группы. В первую входят частные лица, обладающие интересующими журналиста сведениями. Это могут быть свидетели, очевидцы каких-то событий или хранители чужой информации. Возможность получить информацию от частных лиц в полной мере зависит от желания, а также умения журналиста убеждать людей, чтобы они поделились своей информацией. Гораздо более продуктивным будет рассмотрение источников, относящихся ко второй группе. В нее, прежде всего, входят различные организации и учреждения, взаимоотношения которых со СМИ регулируется законом и другими нормативными актами.

Официальные документы. К ним принадлежат личные дела и медицинские карты, докладные, объяснительные записки и письма в разные

инстанции, всевозможно задокументированные данные, собранные официальными службами (отдел кадров, жилконтора, полиция...) об интересующем нас лице или организации. Наряду с обзорным представлением здесь можно найти и прочие сведения, полезные при детальной разработке объекта. Эта информация считается достаточно надёжной, хотя не исключена и намеренная фальсификация.

Деловые бумаги и архивы. Это всевозможные договоры, отчёты, факсы, письма, методички, внутренние телефонные справочники, меморандумы и прочие бумаги, связанные с деловой активностью человека как организации. Они представляют первосортный источник конфиденциальной информации, позволяющей ориентироваться в делах объекта, прояснить его намерения и методы работы, прогнозировать поступки и возможности, выявлять функционеров и связи.

Нужные сведения, находящиеся в некоторых документах можно получить, либо раздобыв сам оригинал, либо его копию, либо ознакомившись с его содержанием по отдельным достоверным свидетельствам.

Выбор источника для журналиста иногда становится проблемой. Одна из причин заключается в том, что довольно много людей с готовностью дали бы журналисту информацию, однако у них нет должных полномочий и компетенции, и поэтому полученные от них сведения не могут считаться достоверными, в итоге полученная от них информация недостоверная, а эти источники не компетентные.

1.3 Неназванные источники информации

В большинстве случаев неназванные источники делают материал менее достоверным, особенно если в статье содержатся «дурные новости», ранее неизвестные читателю. «Кто это сказал?» - естественный вопрос,

возникающий у любого человека, когда он слышит важную новость. Газета должна сделать все, чтобы ответить на этот вопрос.

Компетентные источники информации это те источники информации, которые могут предоставить информацию по тому или иному вопросу, в силу своей компетентности, то есть этот источник, уполномоченный в этом вопросе, либо специализируется непосредственно в этой области.

Некоторые положения статьи подтверждаются в ходе изложения материала. Их не нужно снабжать ссылками на источник, если материал будет написан таким образом, что эти ссылки появятся дальше. Ясная ссылка позволяет читателю оценить факты. Если тот, кому приписывается информация, является специалистом, то есть компетентным в этой области, у читателя возникает уверенность в том, что эта статья верна.

2. Структура источников информации

Современная журналистика выделяет несколько основных видов источников информации, которые можно структурировать:

1. Государственные органы и их пресс-службы, как важнейшие и порой активнейшие создатели (нюсмейкеры) информационных поводов, влияющих на жизнь всей страны. В этом случае источниками информации нередко являются различные акты, постановления, пресс-релизы и т.д. Иными словами - документы.

2. Информационные агентства - многочисленные банки постоянно обновляемых актуальных данных. Современные реалии делают их не только источником информации для журналиста, но и самодостаточным СМИ, а потому лишь на их материалах поднять своё медиа невозможно.

3. Интернет - самый бескрайний, самый мощный и порой самый ненадёжный источник. Доверять ему полностью - нельзя, однако добыча информации через всемирную сеть - дело жизненно необходимое. Главное, умело отделять зёрна от плевел.

4. Человек. Необходимо обязательно общаться с людьми. Многие из них знают много, любят поговорить и готовы предоставить вам уйму информации. Не всегда достоверно, но совершенно точно это будет полезно.

Остальные источники информации тоже можно включить в этот перечень, но они не будут основными. Я же хочу рассмотреть каждый пункт списка отдельно.

2.1. Документы

Говоря о значении документа как информационного источника в журналистике, неверно представлять его лишь в узком смысле. Общение журналиста с документальными источниками информации начинается с их

поиска. Работа с документами требует высокого уровня библиографической грамотности, широкого представления о типах и видах документов. В журналистике большинством исследователей принята следующая классификация документов.

По типу деятельности:

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

Вторая классификация документов основана на группировке по сферам их обращения. Сюда 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. Такие документы подлежат регистрации, однако не существует ни нормативного акта, ни ведомственных инструкций, которые бы четко определяли порядок доступа журналиста к ним. Поэтому представители прессы нередко сталкиваются с отказами официальных лиц. Приходится искать обходные пути, убеждать людей, имеющих отношение к этим документам, оказать помощь журналисту.

Равнозначная ситуация и с документами общественных организаций - текстами, обеспечивающими информационное обслуживание деятельности

партий, движений, объединений разного рода. Во многих случаях представители пресс-службы, после запроса журналистом подобных сведений, просят обойтись предоставленными ими данными.

В работе с бытовыми документами - той совокупностью официальных и личных материалов, которая обеспечивает информационное обслуживание людей в быту, розыск - самое трудное. Большинство из них не подлежит учёту, к тому же они, как правило, представляют собой личную собственность человека (т. е. предъявить документ или нет, определяет только воля его владельца).

Социологами разработано следующее деление документов, применяющееся в журналистике:

1. По способу фиксирования информации (рукописные, печатные документы, кино и фотоплёнки, магнитные ленты).

2. По типу авторства (личные и общественные, например, расписка в получении денег и протокол собрания коллектива).

3. По статусу документа (официальные и неофициальные, например, постановление правительства и пояснительная записка).

4. По степени близости к эмпирическому материалу (первичные, например, заполненные анкеты, и вторичные – отчёт, написанный по результатам анкетирования на основе обобщения данных анкет).

5. По способу получения документа (естественно функционирующие в обществе, например, статистические отчёты по установленному образцу и «целевые», т. е. созданные по заказу журналиста - допустим, справка о деятельности учреждений).

Процесс освоения журналистом документа состоит из трёх этапов: извлечение данных, их интерпретация и фиксация. Первый из них предполагает умение журналиста быстро и глубоко перерабатывать знаковую информационную продукцию. Многое зависит от навыка точной фиксации данных, полученных в результате проработки документальных материалов. В данном контексте уместно говорить о создании нового документа -

профессиональных записей журналиста, которые при определённых условиях могут иметь юридическую силу.

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

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

1. различать описание событий и их интерпретацию (факты и мнения);
2. определять, какими источниками информации пользовался составитель документа, является она первичной или вторичной;
3. выявлять намерения, которыми руководствовался составитель документа при его создании;
4. учитывать, как могла повлиять на качество документа обстановка, в которой он создавался.

Не менее полезным является также проверка источника путём сравнения его с другими сведениями, а при ситуации, когда документ становится базой для серьёзных выводов и обобщений, журналисту

необходима консультация специалиста, способного выступить в качестве эксперта в той или иной области.

2.2 Информационные агентства

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

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

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

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

В целях повышенной оперативности крупнейшие информационные агентства пользуются всеми видами связи, в том числе и космической, имеют мощные компьютерные центры, служащие для подготовки, обработки и хранения информации, которая непрерывно поступает потребителям по

телетайпу, либо в виде оперативных бюллетеней новостей, пресс-релизов, выходящих часто несколько раз в день.

В настоящее время в России действует ряд агентств, специализирующихся на предоставлении информации различной тематики. Самыми известными из них являются «Россия сегодня» (бывшее «РИА Новости») и «Интерфакс». Эти агентства передают универсальную информацию, касающуюся политической, экономической, социальной, культурной, спортивной и др. тематики.

К крупным российским агентствам также относятся:

- агентство «Росбизнесконсалтинг» (РБК) - ведущий мультимедийный холдинг, ведущий деятельность в сегментах интернет, телевидения и прессы, лидер среди новостных и бизнес-медиа (создана 17 июня 1993 года);

- информационное агентство «Росбалт» - федеральное информационно-аналитическое агентство, публикующее самые свежие новости, комментарии ведущих экспертов, аналитические статьи, интервью с ведущими представителями российского бизнеса и политики (основано в 2001 году);

- «Regnum» - федеральное информационное агентство, распространяющее новости России и ближайшего зарубежья (основано в 2002 году).

2.3 Интернет

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

альтернативные возможности для публицистики во времена кризиса, или в случае восстановления цензуры.

Журналисту Интернет необходим как уже было сказано, во-первых, как источник разнообразной информации, которая может быть использована как для мониторинга новостей, так и для написания аналитических материалов и проведения журналистских расследований.

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

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

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

Наконец, в-четвертых, Интернет во многих своих проявлениях сам по себе является громадным медийным пространством, в котором происходит бурное становление СМИ нового типа. Электронные СМИ теснят на рынке СМИ традиционные, нередко опережая последние как в плане оперативности, так и по качеству разработки информации. В Сети

формируется новый класс журналистов; развивается сетевая (онлайновая) журналистика со своими особыми приемами и методами; возникают свои профсоюзы и «звезды»; репортеры и обозреватели из традиционных СМИ постепенно перетекают в онлайн.

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

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

Среди самых известных поисковых систем и каталогов России можно назвать: www.yandex.ru; www.mail.ru; www.rambler.ru и др.

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

- www.ajur.info - агентство журналистских расследований;
- www.professional.ru - «Профессионалы.ру» - деловая социальная сеть, насчитывающая более 6 млн специалистов.

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

В Интернет в последнее время пришли все ведущие информационные агентства, многие издательства, рекламные агентства, представлены

политики, многие правительства и парламенты. Пользователь (предприятие или частное лицо) может получить текущие материалы прессы - интервью, репортажи, хроники, статистику, информацию о работе органов власти и крупных организаций. Доступность информации делает Интернет грозным соперником любого традиционного источника информации.

2.4 Человек

Человек является ключевым звеном в системе информационных источников. Он с одной стороны - свидетель или участник происходящих вокруг 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.

Существует несколько инструментов получения информации от человека. Пожалуй, самый распространённый и действенный из них интервью.

Бесспорно, что 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.

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

Ещё одно важнейшее качество 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.

В зависимости от содержания беседы интервью подразделяются на формализованные и неформализованные, первые предполагают чёткое информирование журналиста о факте, в то время как вторые более склоняются к получению обширных сведений о собеседнике. По степени интенсивности интервью делятся на короткие, средние и фокусированные, причём каждый из видов применяется в зависимости от целей, преследуемых журналистом.

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.

По мнению некоторых исследователей, 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.

Специалисты отмечают, что 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. Но возможно в этом же заключается положительное свойство этого источника информации – возможность услышать иной взгляд на проблему, расценить ситуацию с другой точки зрения.

Массовое интервьюирование и анкетирование - ещё одни инструменты получения информации от индивидуумов.

Среди всех видов фактов, с которыми приходится иметь дело журналисту, особое место занимает аудиторная информация. Без регулярного получения и осмысления сведений о том, кто и как воспринимает ту или иную ситуацию, тот или иной факт, СМИ теряет всякие шансы на конкурентоспособность своей продукции на рынке. Как отмечают специалисты, 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.

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 первейшее 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.

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

Помимо всего прочего к вспомогательным способам получения информации относятся наблюдение и эксперимент.

Какие сведения может получить журналист с помощью наблюдения? Во-первых, это данные, которые выражают сущность происходящего через

внешнюю сторону, на основе которых можно сделать выводы о значении событий, об отношениях людей, об уровне их общей культуры или традициях, привычках - обо всем, что поддается считыванию глазом. Во-вторых, данные, передающие внешние характеристики того или иного объекта. Они выступают в тексте как описание примет реальной ситуации, которые создают для читателя «эффект присутствия» - это и детали внешности действующих лиц, их речь, жесты, предметы обстановки, в которой происходят события.

Регистрация наблюдений имеет очень индивидуальный характер. В блокнотах журналистов можно найти записи описательные, эмоциональные, оценочные выражения, меткие словечки, аналогии. Эти мелочи и передают настроение, создают эффект присутствия.

В зависимости от позиции наблюдателя на открытое и скрытое. При открытом - журналист не скрывает своего присутствия, цели и содержания работы. При скрытом - не сообщает об истинной цели своего расследования и работы.

К эксперименту журналисты прибегают значительно реже, поскольку этот метод требует больших затрат.

Эксперимент - это метод получения сведений об объекте через выявление реакции на экспериментальный фактор, в качестве которого выступает одна или несколько его изменяемых характеристик.

Заключение

Изучение и анализ источников информации позволило мне определить их структуру и выявить их характеристики. Я пришла к выводу, что источники информации бывают открытыми - это информационные источники, распространяющие сведения, которые по своему характеру могут быть доступны журналисту без какого-либо исключения. К ним относятся брифинги, презентации, пресс-конференции, пресс-релизы, специализированные информационные бюллетени, сообщения по факсу или электронной почте, поступающие в СМИ от пресс-секретарей, пресс-служб и информационных агентств.

Также есть закрытые источники информации, позволяющие журналисту находить сенсационную информацию, что делает её уникальной. Правда, в этом случае получение уникального материала связано с довольно большим риском. Неумелое и неосторожное использование информации из закрытых источников грозит серьезными неприятностями, как журналисту, так и издательству. Еще одна трудность в работе с информацией, полученной подобным образом - сложность проверки ее достоверности.

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

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

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

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

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

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

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

Умение эффективно работать с разными источниками информации - основа профессионализма журналиста, навык, который необходимо постоянно совершенствовать и оттачивать. К такому выводу я пришла, проведя своё исследование в данной курсовой работе.

Литература

1. Тучков В., Курицын В. Журналистика. М., 2000.
2. Ореховский П.А. Экономика печатных СМИ в городе и регионе и институт свободы слова в Российской Федерации// <http://lab.obninsk.ru/public/articles.php?htmlfile=orekhovsky-14.htm>
3. Общественная экспертиза: анатомия свободы слова//http://www.freepress.ru/arh/book_2000/063.shtml
4. Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста. С-П. 2000.
5. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. СПб., 2001.
6. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М., 2001.
7. Корконосенко С.Г. Основы Журналистики. Методика сбора информации. М. 2004.
8. Иванов В.Ф. Сердюк В.Е. Журналистская этика. К. 2007
9. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.
10. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: Очерки теории и практики: учебное пособие. – М.: Академический Проект, 2009.
11. Лукина М. Технология интервью: Учебное пособие для вузов/ Мария Лукина. – М.: Аспект Пресс, 2008.
12. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Питер, 2008.
13. Тулупов В.В., Цуканова М.И. Техника и технологии СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика». М.: Михайлов, 2006.

14. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество: Учебное пособие для курсов «Основы журналистики» и «Основы творческой деятельности журналиста». М.: РИП-холдинг, 2004.

15. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студентов вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: АспектПресс, 2006.