



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Факультет «Журналистика»
Кафедра «Средства массовой информации»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, выпускающий редактор,
«Деловой квартал – Челябинск»
Н.А. Горюнова
«16» июня 2016 г.



ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.фил.н., проф.
Л.П. Шестеркина
«18» юня 2016 г.

МЕТОДЫ РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТА С ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ В КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗДАНИЯХ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЕ
ЮУрГУ–031300.2016.428.ПЗ.ВКР

Консультант, преп. каф. СМИ

М.Н. Булаева
«14» июня 2016 г.

Руководитель ВКР, к.фил.н., доцент

Е.С. Золотова
«17» июня 2016 г.

Автор ВКР

студент группы ФЖ-521
А.Н. Облиенко
«17» июня 2016 г.

Нормоконтролер, к.фил.н., доцент

Е.С. Золотова
«17» июня 2016 г.

Челябинск 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)

Факультет журналистики
Кафедра «Средства массовой информации»
Специальность 031300 – Журналистика

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой «Средства массовой информации», проф., д.фил.н.

Л.П. Шестеркина

« 14 » 12 2016 г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу студента

Облиенко Анны Николаевны

Группа ФЖ-521

1. Тема проекта

Методы работы журналиста с источниками информации в качественных изданиях

Утверждена приказом ректора ЮУрГУ от 15 апреля 2016 № 661

2. Перечень вопросов, подлежащих разработке

– *изучить основные способы получения журналистской информации и охарактеризовать источники информации, используемые в работе журналиста;*

– *рассмотреть особенности качественной и массовой прессы;*

– *проанализировать развитие качественной прессы в России и за рубежом;*

– *определить методы работы с источниками информации в федеральных и региональных качественных изданиях на примере газет «Российская газета», «Коммерсантъ» и «Ведомости»; «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск»;*

– сравнить методы работы с источниками информации в федеральных и региональных качественных изданиях, на примере газет «Российская газета», «Коммерсантъ» и «Ведомости»; «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск»;

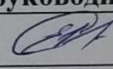
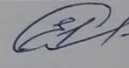
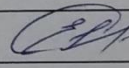
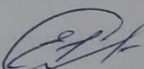
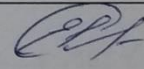
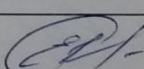
– изучить ожидания аудитории относительно качественных изданий.

3. Иллюстративный материал (плакаты, альбомы, раздаточный материал, макеты, электронные носители) демонстративный раздаточный материал.

Общее количество иллюстраций 7

4. Дата выдачи задания 7 декабря 2015 г.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Наименование этапов выпускной квалификационной работы	Срок выполнения этапов работы	Отметки о выполнении руководителя
Введение	Декабрь 2015 г.	
1. Подбор литературы	Декабрь 2015 г. – январь 2016 г.	
2. Написание теоретической части	Февраль 2016 г.	
3. Сбор и обработка материалов для практической части выпускной квалификационной работы	Март 2016 г. – апрель 2016 г.	
4. Подготовка практической части	Апрель 2016 г. – май 2016 г.	
5. Оформление выпускной квалификационной работы	Май 2016 г.	

Заведующий кафедрой _____

Л.П. Шестеркина

Руководитель работы _____

Е.С. Золотова

Студент _____

А.Н. Облиенко

АННОТАЦИЯ

Облиенко А.Н. Методы работы журналиста с источниками информации в качественных изданиях. – Челябинск: ЮУрГУ, ФЖ-521, 2016. – 90 с., 8 ил., 8 табл., библиогр. список – 70 наим., список исп. источников – 56 наим., 5 прил., презентация.

Ключевые слова: журналистика, качественные издания, газета, пресса, методы, источники информации, СМИ.

Объектом исследования являются источники информации журналиста качественных изданий.

Предмет исследования: методы работы журналиста с источниками информации в федеральных и региональных качественных изданиях.

Цель работы – изучение методов работы журналиста с источниками информации в качественных федеральных изданиях и изданиях Челябинской области.

Задачи работы: 1) изучить способы получения журналистской информации; 2) определить понятие «источник информации» в журналистике; 3) рассмотреть особенности качественной и массовой прессы; 4) выявить особенности развития качественной прессы в России и за рубежом; 5) определить методы работы с источниками информации в федеральных и региональных качественных изданиях на примере «Российская газета», «Коммерсантъ» и «Ведомости»; «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск»; 6) изучить ожидания аудитории относительно качественных изданий.

Новизна дипломной работы заключается в том, что впервые предпринята попытка комплексного исследования методов работы журналистов в качественных федеральных изданиях и региональных изданиях Челябинской области.

Результаты исследования – работа ориентирована на решение актуальных проблем в области качественной периодики и может представлять интерес для руководителей масс-медиа, а также журналистов, работающих в деловых изданиях.

ANNOTATION

Oblienko A.N. Methods of work of the journalist with information sources in high-quality publications. – Chelyabinsk: SUSU, FJ-521, 2016. – 90 pages, 8 illustrations, 8 tables, bibliography – 70 titles, the list use the source – 56 titles, 5 appendixes, presentation.

Keywords: journalism, quality media, newspaper, press, methods, sources of information and media.

Object of research are the information sources of journalists high-quality publications.

Subject of research: methods of work of the journalist with sources of information in the Federal and regional quality publications.

The work purpose – studying of methods of work of the journalist with sources of information in a high-quality Federal editions and editions of the Chelyabinsk region.

Objectives: 1) to study the methods of obtaining journalistic information; 2) to define «source of information» in journalism; 3) to examine the characteristics of qualitative and mass press; 4) to reveal the peculiarities of development of high-quality press in Russia and abroad; 5) to determine the methods of work with sources of information in the Federal and regional quality publications for example, «RossiyskayaGazeta», «Kommersant» and «Vedomosti»; «South Ural panorama», the «Parliamentary week» and «Evening Chelyabinsk»; 6) to study the expectations of the audience regarding quality publications.

The novelty of the thesis lies in the fact that the first attempt of a comprehensive study of the methods of work of journalists in a high-quality Federal publications and regional publications Chelyabinsk region.

The results of the research work focused on solving actual problems in the field of quality periodicals and may be of interest to managers of mass media and journalists working in business publications.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 МЕТОДЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ	
1.1 Способы получения журналистской информации	11
1.2 Источники информации в журналистике: определение понятия, типология..	21
2 КАЧЕСТВЕННАЯ ПРЕССА В СИСТЕМЕ СМИ	
2.1 Качественные издания: определение понятий, функции, цели, задачи....	30
2.2 Особенности развития качественной прессы в России и за рубежом.....	34
3 СПЕЦИФИКА РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТА С ИСТОЧНИКАМИ	
ИНФОРМАЦИИ В КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗДАНИЯХ	
3.1 Методы работы с источниками информации в федеральных качественных изданиях (на примере газет«Российская газета», «Коммерсантъ»и «Ведомости»)	42
3.2 Специфика работы с источниками информации в качественных изданиях Челябинской области (на примере газет «Южноуральская панорама»,«Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск»)	47
3.3 Ожидания аудитории относительно качественных изданий.....	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	57
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	67
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А.ОТЛИЧИЯ МАССОВОЙ ПЕРИОДИКИ ОТ КАЧЕСТВЕННОЙ	72
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. МЕТОДЫ РАБОТЫ С ИНФОРМАЦИЕЙ В	

ФЕДЕРАЛЬНЫХ КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗДАНИЯХ.....	73
ПРИЛОЖЕНИЕ В. ИЗУЧЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗДАНИЙ.....	80
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. АНАЛИЗ РАБОТЫ С ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ МАССОВЫХ ИЗДАНИЯХ	86
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. ОЖИДАНИЯ АУДИТОРИИ ОТНОСИТЕЛЬНО КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗДАНИЙ.....	88

ВВЕДЕНИЕ

На рынке печатных СМИ происходят существенные изменения, вызванные как субъективными, так и объективными причинами. Одни издания, не выдерживая конкуренции с электронными СМИ, закрываются, другие уходят в интернет. Кроме того, наблюдается тенденция сокращения аудитории печатных СМИ, несмотря на это, есть группы людей, которые регулярно читают такие издания. Например, качественная пресса интересна деловой аудитории, руководителям, менеджерам, управляющим, бизнесменам. Такая аудитория ждет от печатных СМИ аналитичности, группировки фактов и их трактовки, прогнозов, а также мнений экспертов.

Чтобы публикации были эффективны и помогли в принятии решений или построении прогнозов, журналист должен уделять пристальное внимание работе с источниками информации. Источниками могут служить официальные документы, личные документы, свидетели события, компетентные лица, заинтересованные организации, средства массовой коммуникации.

В период гибридных и информационных войн важно понимать, какими методами и источниками информации пользуются печатные СМИ, как с их помощью влияют на аудиторию, или выполняют сугубо информационную функцию. Это и определило актуальность выбора темы, которая продиктована необходимостью изучения источников информации, используемых современными качественными печатными федеральными и региональными СМИ, выявления отличий данных СМИ в подаче информации и предпочтений аудиторией тех или иных изданий.

Степень теоретической разработки проблемы выпускной квалификационной работы определили труды отечественных и зарубежных исследователей в области теории журналистики и средств массовой информации (А.И. Аكوпова, В.В. Ворошилова, Я.Н. Засурского, М.Н. Кима, С.Г. Корконосенко, Г.В. Лазутиной, В.Ф. Олешко); (Э. Денниса, Д. Мэррилла, Д. Рэндалла и других).

Особенности работы с документами рассмотрены в трудах по психологии журналистики Г.В. Лазутиной, В.Ф. Олешко, Г.С. Мельник, А.М. Шестериной и другими исследователями.

Объектом исследования являются источники информации журналиста качественных изданий.

Предметом исследования являются методы работы журналиста с источниками информации в федеральных и региональных качественных изданиях.

Целью работы является изучение методов работы журналиста с источниками информации в качественных изданиях на примере федеральных изданий «Российская газета», «Коммерсантъ» и «Ведомости», и региональных «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск».

В соответствии с целью сформулированы следующие задачи:

1. Изучить способы получения журналистской информации;
2. Определить понятие «источник информации» в журналистике;
3. Рассмотреть особенности качественной и массовой прессы;
4. Выявить особенности развития качественной прессы в России и за рубежом;
5. Определить методы работы с источниками информации в федеральных и региональных качественных изданиях на примере «Коммерсантъ», «Ведомости» и «Российская газета»; «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск»;
6. Изучить ожидания аудитории относительно качественных изданий.

В выпускной квалификационной работе применены общенаучные методы исследования (анализ, синтез, обобщение, наблюдение, индукция, дедукция, аналогия), и методы социологии. Для определения методов получения сведений и источников информации в теоретической части использовались методы анализа и синтеза. Для изучения федеральных и региональных качественных изданий в практической части применялись методы контент-анализа, обобщения и аналогии. Кроме того, в работе использовались нетрадиционные методы сбора информации.

Для выявления аспектов сотрудничества корреспондентов качественных изданий с сотрудниками пресс-отдела главного управления МВД России по Челябинской области, был использован метод интервью. Метод опроса использовался в процессе изучения ожиданий аудитории относительно качественных изданий.

Эмпирическая база выпускной квалификационной работы построена на материалах федеральных качественных изданий «Российская газета», «Коммерсантъ» и «Ведомости», и региональных «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск» за период 2015–2016 гг. Всего проанализировано 48 номеров, по восемь выпусков каждого издания.

Новизна работы состоит в том, что впервые предпринята попытка исследовать методы работы журналистов в качественных федеральных изданиях и региональных изданиях Челябинской области. На основании полученных данных выявляются сходства и отличия в работе с источниками информации в печатных изданиях Челябинской области и федеральных газетах. Кроме того, впервые предпринята попытка изучить ожидания аудитории относительно содержания качественных изданий, и на основании этого сделать предположение о соответствии контента качественных изданий потребностям аудитории.

Практическое значение работы заключается в том, что результаты, полученные в ходе исследования, могут найти применение в практике социологических исследователей, руководителей масс-медиа, а также будут полезны журналистам, работающим в деловых изданиях.

Работа прошла апробацию на международных конференциях: Международная заочная научно-практическая конференции студентов, молодых ученых, преподавателей вузов и специалистов «Актуальные проблемы журналистики и PR» (Костанай, 2015 г.), XV международная конференция «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, 2016 г.).

Основные положения исследования нашли отражение в научных публикациях.

По теме исследования опубликовано две работы.

Цель и задачи выпускной квалификационной работы определили ее структуру. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, списка использованных источников и 5 приложений.

В первой главе, включающей два параграфа, рассмотрены теоретические основы изучения методов, применяемых для получения информации в журналистике. В первом параграфе рассмотрены традиционные методы получения информации, применяемые в журналистике. Во втором параграфе определено понятие «источники информации», используемые в работе журналиста, представлена их типология.

Вторая глава посвящена рассмотрению места качественной прессы в системе СМИ. В первом параграфе представлены взгляды ученых на функции, цели и задачи качественных изданий, а также выявлены отличия качественной периодики от массовой. Вторым параграфом посвящен особенностям развития качественной прессы в России и за рубежом.

Третья глава представляет результаты исследования, касающегося рассмотрения специфики работы журналиста с источниками информации в качественных изданиях. В первом параграфе представлен анализ методов работы с источниками информации в федеральных качественных изданиях, на примере «Российская газета», «Коммерсантъ» и «Ведомости». Вторым параграфом посвящен анализу специфики работы с источниками информации в качественных изданиях Челябинской области на примере газет «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск». Третьим параграфом содержит интерпретацию результатов исследования, которые наглядно показали, отвечает ли контент качественных изданий ожиданиям аудитории.

В заключении сделаны выводы, полученные в работе, и намечены перспективы дальнейшего изучения проблемы.

1 МЕТОДЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

1.1 Способы получения журналистской информации

Журналистика как профессиональная сфера деятельности связана со сбором, обработкой и распространением информации по каналам СМИ, что демонстрирует важность работы журналиста с источниками информации.

В процессе профессиональной деятельности журналисты используют различные методы сбора информации. В журналистике понятие метод обозначает совокупность обоснованных действий, направленных на достижение определенного результата. Методы образуются в результате деятельности, основываясь на базе различных средств, и являются итогом осмысления этих средств, их систематизации и отбора по степени эффективности.

По характеру познавательных задач, решаемых журналистом, методы изучения действительности могут быть классифицированы на две группы, которые были выделены благодаря исследованиям В.К. Лукашевича¹, Л.А. Микешиной², Г.А. Герцога³ и других. Одну из них составляют методы получения информации, или эмпирические методы, образованные на взаимодействии с окружающей средой. Вторая группа состоит из методов исследования происходящего или теоретических методов, которые помогают выявить не очевидное соотношение фактов действительности и осуществляются как умственная деятельность.

Группу методов получения сведений составляют: традиционные журналистские методы и методы, заимствованные из конкретных социальных исследований. Они относятся к умению индивида усваивать сведения посредством визуальных контактов, речевого общения и через восприятие

¹Лукашевич, В.К. Философия и методология науки / В.К. Лукашевич. – Мн.: Современная школа, 2006. – С.4.

²Микешина, Л.А. Философия науки: современная эпистемология. Научное знание в динамике культуры. Методология научного исследования / Л.А. Микешина. – М.: МПСИ Флинта, 2005. – С. 24.

³Герцог, Г.А. Основы научного исследования: методология, методика, практика: учебное пособие / Г.А. Герцог. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. пед. ун-та, 2013. – С. 78.

знаково-символических информационных продуктов в письменной и печатной форме. При этом между ними выявляются значительные отличия. При изучении определенного состояния действительности традиционные методы позволяют раскрыть его качественное своеобразие и воспроизвести его в тексте, а методы социологических исследований направлены на его количественное измерение и представление результатов в качественно-количественных характеристиках. Понимание воздействия, оказываемого СМИ на социальные процессы, усилило в профессиональной среде стремление к увеличению надежности сведений и выводов¹.

Рассмотрим традиционные (эмпирические) методы получения информации: проработка документов, беседа и наблюдение.

Метод проработки документов наиболее популярен в работе журналиста. Благодаря его применению журналист получает доступ к уже полученным ранее сведениям, содержащимся в разнообразных «информационных кладовых»². По характеру сведения могут быть различными: от законов и решений государственных структур, до характеристик и описаний мест, людей, событий.

Под документом понимается, прежде всего, письменное свидетельство о чем-либо. Выделяется следующая типология документов по разным основаниям:

1. По типу фиксации информации документы могут быть объединены в группы: рукописные, печатные, фото пленки, кино пленки, цифровые записи, лазерные диски и прочие;
2. По типу авторства – официальные и личные;
3. По степени близости к объекту отображения – первоначальные и производные;
4. По степени предназначенности для печати – преднамеренно и непреднамеренно созданные;

¹Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для вузов / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2001. – С. 94.

²Социология журналистики: учеб. пособие / под ред. С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С.142.

5. По сфере деятельности, создания документа, – бытовые, производственные, государственно-административные, общественно-политические, научные, справочно-информационные¹.

Методов анализа документа бывает несколько, их выбор всегда зависит от разновидности информации, которую необходимо получить. Основные методы, выделяемые специалистами, представляют собой традиционные, формализованные методы. Традиционные методы являются составляющей изучения документов. Они преломляются в восприятии исследуемого документа, в его трактовке, в интерпретации полученных сведений. Трактовка осуществляется посредством соотнесения контента документа с определенными критериями, подходящими к данному контенту. Основой формализованного метода является контент-анализ, этот метод требует изучения большого количества однотипных документов по определенным параметрам². Этот трудоемкий научный метод, требует особых навыков и больших временных затрат, поэтому применяется в журналистике довольно редко.

Работа с документами априори требует их проверки на подлинность, и установления достоверности указанных сведений. При неуверенности в подлинности документа, прибегают к методам специального анализа, включающего «внутреннюю» и «внешнюю» критику документа: предполагают внимание к его содержательным характеристикам и к его внешней стороне в целях подтверждения признаков подлинности или выявления несоответствия им. Если данные действия не исключают сомнений, прибегают к помощи специалистов – историков-источниковедов, текстологов, криминалистов³.

В случае сомнения в достоверности сведений и их соответствия действительным событиям, журналисты обычно ориентируются на правила,

¹Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учеб.пособие / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 18.

²Там же, с. 19.

³Песня, Л. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности / Л. Песня // URL: <http://www.proza.ru/2013/03/17/963> (дата обращения: 11.06.2014).

принятые при проверке документальных данных на достоверность в социологии¹. Согласно этим правилам при анализе документов необходимо:

1. Различать описание событий и их интерпретацию (факты и мнения);
2. Определять, какие источники сведений использовались составителем документа, являются они первичными или вторичными;
3. Выявлять намерения, которыми руководствовался составитель документа;
4. Учитывать влияние обстановки, в которой создавался документ, на его качество.

Для проверки достоверности сведений из документа, всегда полезно сопоставить их с данными, полученными из других источников информации и другими методами².

От умения качественно составлять профессиональные записи журналиста, которые при определенных условиях имеют юридическую силу, зависит многое. Поэтому необходимо придерживаться нескольких правил: четко фиксировать исходные данные документа, авторство, использованные страницы; всегда использовать кавычки в цитатах; сведения, содержащие информацию, которая намеренно в документ не закладывалась и полученные в результате аналитико-критического чтения, сопровождать пометками: «мое наблюдение», «мой вывод», «мое предположение», «моя оценка»; в финале проработки документа необходимо проверять данные: все цитаты, названия, фамилии, цифры и прочие сведения³.

Следующим методом получения сведений является беседа. Г.В. Лазутина определяет его как метод познавательной деятельности: «беседа представляет собой организованное речевое взаимодействие, которое со стороны журналиста направляется отчетливо осознаваемыми задачами и предполагает выработку стратегии и тактики, соответствующих условиям взаимодействия»⁴.

¹Песня, Л. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности / Л. Песня // URL: <http://www.proza.ru/2013/03/17/963> (дата обращения: 11.06.2014).

²Лазутина, Г.В. Указ.соч., с.88.

³Там же, с. 89.

⁴Там же, с. 90.

Метод беседы предоставляет широкий круг данных образующий несколько сегментов:

1. Фактические данные;
2. Мнения (в том числе и эмоциональные реакции);
3. Объяснения;
4. Предложения и прогнозы;
5. Речевые приметы собеседника, передающие некоторые особенности его личности.

Каждый сегмент отличается разнообразием. К примеру, события (факты) по своему значению могут иметь позитивный и негативный характер, наблюдаемыми собеседником и не наблюдаемыми, такими, в которых он принимал участие и в которых не принимал, из собственной жизни, из жизни других людей или коллектива, города, страны¹.

Мнения также могут относиться к разным объектам реальности, касаться разных сторон жизни – это позволяет корреспонденту получать дополнительную информацию. Стратегия беседы строится на том, чтобы понять партнера и составить порядок задач, решаемых с его участием. В составе этих средств – форма вопросов и их чередование, реплики и замечания журналиста, его жесты и мимика, интонации и ритм разговора, полемические приемы, разного рода информационные стимулы. Интервьюер должен готовиться к беседе, продумывая стратегию и тактику, контролировать ход общения, своевременно обращая внимание на возникновение барьеров, владеть определенным количеством приемов, с помощью которых такие барьеры преодолеваются.

Для фиксирования данных, полученных в беседе, чаще всего используется диктофон. Помимо диктофонной записи журналисты также используют блокнот, либо коротко отмечают данные во время разговора, «расшифровывая» их после

¹Корконосенко, С.Г. Указ.соч., с. 144.

завершения беседы. Данные, собранные путем беседы, также требуют проверки, предполагающей использование других источников сведений¹.

Следующий метод получения информации, это метод наблюдения, который является важной составляющей журналистского исследования темы. Основу наблюдения составляет способность человека воспринимать окружающую обстановку через аудиовизуальные контакты. Если проработка документов позволяет получить сведения из «информационных кладовых», а беседа предоставляет доступ к информации, которой располагает собеседник, то наблюдение обеспечивает журналиста материалами напрямую из текущей реальности².

Метод наблюдения основан на личном познании действительности путем чувственного восприятия. Журналистское наблюдение по характеру является целенаправленным и основывается на общих, значимых для других видов деятельности причинах. Например, метод наблюдения в науке и во многих отраслях практической деятельности обладает систематичностью, целенаправленностью, последовательностью³.

Наблюдение является довольно сложным действием, предопределяемым как особенностями наблюдаемого объекта, так и личными качествами, профессиональными навыками, опытом наблюдающего. Выделяют несколько видов журналистского наблюдения. Они классифицируются по разным основаниям: способам организации, предмету и характеру интересующих сведений. По первому основанию наблюдение разделяется на открытое и скрытое. Особенность открытого наблюдения заключается в том, что журналист на месте задания заявляет о своей цели, о редакционном задании, также может сообщить о том, как он его будет выполнять. При этом люди, с которыми он будет общаться,

¹Корконосенко, С.Г. Основы творческой деятельности журналиста / С.Г. Корконосенко. – СПб.и Лен. обл.: Знание, 2000. – С.71.

²Кашинская, Л.В. Метод наблюдения в журналистике: учеб.пособие / Л.В. Кашинская. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – С. 112.

³Тертычный, А.А. Указ.соч., с. 25.

знают о том, что среди них находится журналист, собирающий материал для публикации¹.

Скрытое наблюдение основывается на том, что окружающие не знают о присутствии среди них журналиста, который собирает необходимую информацию, наблюдая за действиями людей. Скрытое наблюдение часто применяется при проведении журналистского расследования. Особенности наблюдения могут быть определены таким фактором, как степень участия журналиста в событии, за которым он наблюдает. По этому основанию наблюдения могут быть разделены на «включенные» и «не включенные». В первом случае журналист является, частью коллектива, за которым наблюдает. Во втором, наблюдение становится изучением какой-то деятельности со стороны².

По временному признаку наблюдения бывают кратковременные и длительные. Кратковременные наблюдения применяются при подготовке оперативных публикаций, длительное наблюдение используется, когда необходимо изучить предмет подробно и основательно. Длительное наблюдение не является обязательно одноразовым, так как журналист может неоднократно возвращаться и наблюдать происходящие перемены в жизни коллектива, в течение нескольких лет. Для получения необходимых данных с помощью метода наблюдения журналист использует ориентировочный план его проведения. Данный план должен четко определить аспект наблюдения, его порядок и условия³.

В перечисленных видах наблюдения журналист, как правило, является свидетелем события. Иногда ему удается стать непосредственным участником, осуществить скрытое наблюдение, включенное методом перемены профессии или «методом маски»⁴.

¹Тертычный, А.А. Указ.соч., с. 27.

²Там же, с. 28.

³Там же, с. 31.

⁴Черникова, Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб.пособие / Е.В. Черникова. – М.: Гардарики, 2005. – С. 98.

Метод «маски» позволяет обеспечить высокую достоверность и подлинность отображаемой действительности¹.

Существуют также методы конкретных социологических исследований, применяемых в журналистике. Они имеют отношение к разделу социологии, который сконцентрирован на получении и интерпретации данных о проявлениях социальных законов и закономерностей на конкретных объектах в конкретных временных рамках и конкретных условиях. Методы конкретных социальных исследований ориентированы, прежде всего, на измерение состояний действительности и предъявление результатов этих измерений в количественных показателях, характеризующих определенные типы объектов².

В целом методы конкретных социологических исследований представляют собой широко развернутую систему, которая рассматривает все разновидности изучения документов, опроса, наблюдения, эксперимента. Остановимся на методах конкретных социологических исследований, которые активно используются в журналистике.

Опрос – это метод получения информации, при котором журналист собирает сведения у большой по численности аудитории, выясняет мнения по одному и тому же вопросу. При полной совокупности ответов, журналист составляет четкую систему мнений или получает набор программ, планов действий в связи с обсуждаемым явлением. При обобщении данных опроса, их возможно использовать в виде цифр, процентов и других знаков, подтверждающих собственные выводы журналиста относительно предмета опроса. На сегодняшний день в журналистике наиболее популярны такие виды опроса как: интервьюирование, анкетирование, систематическое наблюдение и эксперимент³.

Интервью – это метод получения сведений, наиболее часто используемый в журналистской практике. Отличительная особенность метода интервью

¹Профессиональный портрет в интерьере подростковой журналистики // URL: <http://su0.ru/R9wS>(дата обращения: 11.06.2014).

²Лазутина, Г.В. Указ.соч., с. 102.

³Метод сбора информации // URL: <http://su0.ru/GP4L>(дата обращения: 11.06.2014).

закключается в том, что интервьюер предоставляет респонденту список вопросов в устной форме, затрагивающих наиболее важные аспекты интересующей его проблемы, и выслушивает ответы, которые составят основное содержание будущего материала¹.

Анкетирование – это метод получения данных, посредством заочного (письменного) опроса с использованием закрытых или открытых вопросов².

Данные, предоставленные путем анкетирования, позволяют получить обоснованный ответ на вопросы. Однако в силу трудоемкости он используется в журналистике довольно редко по сравнению с иными методами получения информации.

Систематическое наблюдение – вид социологического наблюдения, ориентированный на получение данных о развитии объекта, сферы действительности, о поведении лица с помощью многократных непосредственных и опосредованных контактов в течение длительного времени. Существенная особенность этого метода состоит в том, что аудиовизуальные контакты дополняются непрерывным накоплением документальных материалов, отражающих моменты в жизни объекта и позволяющих увидеть новые или повторяющиеся его проявления.

Метод эксперимента, широко применяемый в науке и юриспруденции, в последние годы активно осваивается журналистами. Существует две основные разновидности эксперимента. В первом случае журналист «включается» в какую-то сферу деятельности в качестве исполнителя определенной роли, должности, становится членом какого-то коллектива и осуществляет наблюдение изнутри. Во втором случае он специально организует какую-то ситуацию и наблюдает за тем, как она протекает, оставаясь при этом в роли журналиста. Получение информации с помощью эксперимента часто применяется в ходе журналистского расследования.

¹Тертычный, А.А. Указ.соч., с. 36.

²Краткий словарь литературоведческих терминов / под ред. С.В. Тураева. – М.: Просвещение. 1985. – С. 52.

Рассмотрим теоретические методы в работе журналиста.

Методы анализа и синтеза исходят из необходимости при изучении предмета разделения его на составляющие, а затем соединения этих составляющих. Анализируя этот предмет, автор добирается до глубинных содержательных связей, причин изучаемого явления. Поскольку исследуемое явление реально не существует в виде составляющих его элементов в отдельности, то понять его только на уровне анализа нельзя. Анализ в большинстве случаев сам по себе еще доказательства не составляет. Синтез же, опираясь на данные, полученные анализом, завершает доказательство¹.

Гипотетический метод исходит из необходимости выхода за пределы непосредственного, сегодняшнего состояния развития явления. С помощью этого метода журналист, опираясь на совокупность известных фактов, предпринимает попытку предсказать развитие изучаемого явления, чаще всего в формах догадки, предположения, основанных на эмпирических наблюдениях. Гипотетическое умозаключение, основанное на достоверных фактах, способно дать истинное знание о будущем. Но поскольку круг таких явлений ограничен, то знание, полученное гипотетическим методом, носит вероятностный характер².

Метод историзма и логический метод. Исторический метод требует смотреть на каждый предмет с точки зрения его возникновения, главных этапов его развития и того, что он представляет в настоящий момент. Историческое исследование дополняется теоретическим анализом, который основан на логическом методе, позволяющем выделить из всего многообразия связей действительности наиболее существенные связи³.

Частные методы применяются журналистом для реализации целей истолкования предмета отображения и базируются на теоретических методах исследования. Таким образом, можно выделить методы, которыми обычно пользуются журналисты при подготовке материала:

¹Тертычный, А.А. Указ.соч., с. 37.

²Там же, с. 39.

³Там же, с. 41.

1. Собственно-журналистские методы (проработка документов, беседа и наблюдение);

2. Методы конкретных социальных исследований (массовое интервьюирование, анкетирование, опросы и систематическое наблюдение, эксперимент).

При подготовке текста, чаще всего используют собственно-журналистские методы. Выбор методов по сбору информации всегда зависит от темы, которую хочет раскрыть журналист в тексте.

1.2 Источники информации в журналистике: определение понятия, типология

Главная задача любого журналиста – информировать аудиторию. Если говорить о качественных изданиях, то к информированию предъявляются требования максимальной достоверности. Журналист предоставляет своей аудитории сведения, информацию, которая может быть преобразована в знания и использоваться индивидом в практической деятельности. Информация приходит к журналисту из источников – субъектов деятельности или объектов события, с которыми он взаимодействует¹.

По мнению Г.В. Лазутиной, С.Г. Корконосенко, М.Н. Кима и некоторых других исследователей, типология источников информации выглядит следующим образом:

1. Документ как продукт чьей-либо деятельности по переработке первичной информации;

2. Предметно-вещественная среда, обладающая способностью нести на себе естественные «отпечатки» контактов с людьми и событиями;

¹Источники информации в журналистике // URL: <http://su0.ru/O8XQ> (дата обращения: 03.02.2016).

3. Человек как субъект деятельности, включенный в природные и социальные процессы множеством связей¹.

Рассмотрим каждый из традиционных источников информации.

Документ как источник информации – материальный носитель записи (бумага, киноплёнка, фотоплёнка, цифровая запись, перфокарты и прочие) с зафиксированной на нем информацией для передачи ее во времени и пространстве².

Документ в более узком смысле – официальная бумага, созданная для подтверждения какого-либо факта или права на что-либо. Документы несут на себе печать личности того, кто их создавал, и условий, в которых это происходило. Опора на «носители знаний» делает публикацию доказательной и защищенной. В информационных системах для обеспечения потребностей информационного поиска, с одной стороны, описывается документ как материальный объект – совокупностью значений его свойств, то есть метаданными; с другой стороны, описывается содержание информации, закрепленной на этом объекте – как правило, с помощью индексов³.

Информация, зафиксированная в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, фотоплёнке или видеокассете, цифровой записи – важный инструмент в работе журналиста. С его помощью проверяются сведения, полученные в ходе интервью и наблюдения. Профессиональный журналист использует любую возможность, чтобы обеспечить себя копиями документов, с которыми ему приходится работать. Одна из главных задач, которую приходится решать, – удостовериться в подлинности документа⁴.

В условиях «информационного взрыва» от журналиста требуется высокий уровень документоведческой, библиографической грамотности, широкое

¹Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 13.

²Лазутина, Г.В. Указ.соч., с. 87.

³Большая советская энциклопедия. 3-е изд. / под ред. А.М. Прохорова. – М.: 2008. – С.34.

⁴Лозовский Б.Н. Методика сбора информации / Б.Н. Лозовский // Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: 2000. – С. 82.

представление о типах и видах документов. Г.В. Лазутина делит их следующим образом:

по типу деятельности:

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

по сферам обращения:

1. Производственные;
2. Документы общественных организаций;
3. Бытовые¹.

Освоение документов происходит в несколько этапов: извлечение данных, их фиксация и интерпретация. Каждый из них требует тщательности и скрупулезности в работе. Особую сложность представляет проверка документа. Журналист обязан установить его подлинность, убедиться в достоверности заключенных в нем сведений, получить ответ на вопрос: насколько надежны или репрезентативны эти сведения, могут ли служить основой для серьезных выводов и обобщений².

Следующим источником информации является предметно-вещественная среда. Предметы и вещи могут рассказать о событиях не меньше, чем человек. Чтобы познавательный процесс шел успешно, у журналиста должна быть сформирована установка на восприятие действительности как совокупности источников информации. Умение добыть первичные, «живые» сведения служит одним из основных показателей высокого профессионализма журналиста. Условием, при

¹Лазутина, Г.В. Указ.соч.,с. 134.

²Характер источников информации (структура информационной среды) // URL: <http://su0.ru/NhgG>(дата обращения: 11.06.2014).

котором такое умение появляется, выступает свободная ориентация в информационной среде¹.

Человек является центральным звеном в системе информационных источников, выступает свидетелем или участником происходящих событий, при этом являясь носителем информации; держит информацию о себе и своем внутреннем мире; транслирует информацию, полученную от других. Уникальность этого источника в том, что он как существо социальное сам программирует свое поведение².

В обществе утвердилось сознание потребности содействия в информационной поддержке прессе, сложилась развернутая сеть информирования журналистов о происходящих событиях³.

К основным элементам сети относятся:

брифинги – короткие совещания, на которых осуществляется ознакомление работников средств массовой информации с позицией организаторов встречи по тому или иному вопросу;

презентации – торжественные встречи представителей государственных, общественных или частных структур с общественностью, в том числе с представителями прессы, для ознакомления с новым предприятием, новой продукцией, новыми результатами деятельности;

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

пресс-релизы – специальные сводки сообщений для прессы о существенных фактах, подготовленные соответствующими пресс-службами⁴.

Государственные организации.

¹Корконосенко, С.Г. Указ.соч., с.71.

²Лазутина, Г.В. Указ.соч., с. 129.

³Ворошилов, В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – 2-е изд. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – С. 203.

⁴Большой толковый словарь русского языка / под ред. С.А. Кузнецова – СПб.: Норинт, 2000. – С. 96.

Самыми распространенными источниками информации для журналистов являются представители органов власти. По данным комиссии по свободе доступа к информации, около 80% журналистов систематически обращаются за сведениями к представителям различных ветвей власти. Особенностью работы с органами управления является то, что между СМИ и руководителями федерального, регионального и местного уровней есть посредники – пресс-секретари и пресс-службы¹. Они организуют брифинги, пресс-конференции и встречи с руководством для интервью, отвечают на запросы, проводят аккредитацию корреспондентов, приглашают их на закрытые мероприятия, готовят информацию в виде пресс-релизов, справок, отчетов.

Необходимо принять к сведению, что информация полученная таким образом, бывает односторонней, так как задачи пресс-служб не совпадают с функциями прессы. Многие журналисты имеют собственных информаторов, находящихся внутри правительства, администрации, департамента, – для проверки сведений, получения эксклюзива или закрытых данных. Некоторые официальные организации пользуются повышенным вниманием СМИ, и репортеру полезно знать об устройстве в них работы спрессой².

Следующим источником информации являются информационные агентства. Основной функцией агентства является снабжение оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на его информацию. Функционирование агентства ориентировано на сбор новостей. В Российской Федерации, в соответствии с Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации», в отношении информационных агентств на них одновременно

¹Шумилина, Т.В. Методы сбора информации в журналистике: учебно-методическое пособие / Т.В. Шумилина. – М.: Изд-во МГУ, 1983. – С. 64.

²Там же, с. 66.

распространяются статус редакции, издателя, распространителя и правовой режим средства массовой информации¹.

Информационные агентства могут оказывать обширный спектр услуг по сбору, созданию, предоставлению и обработке информации. Виды и сфера предоставляемых услуг определяются размерами агентства и политикой руководства. Чаще всего агентство состоит из сети редакций и корреспондентов по стране и за рубежом. Редакции могут работать как независимо, предоставляя свои услуги на местах, так и под руководством главной редакции, где собирается информация для более широкого круга потребителей. Информация распространяется как посредством собственных структур, таких как сайт, периодические издания, телевизионный канал, так и при помощи партнеров. На территории России работают три ведущих информационных агентства:

1. «Интерфакс»;
2. «Информационное агентство России» (ТАСС);
3. РИА «Новости»².

Сетевые агентства появились одновременно с первыми интернет-СМИ и отличались от традиционных тем, что создавали информационную продукцию и распространяли ее только в сети, не имея «бумажных» аналогов. «Сетевые» новости имели целый ряд преимуществ, у них сложились свои текстовые особенности³.

До появления интернета информационные агентства не имели возможности предоставить аудитории исключительно собственный информационный продукт⁴. Такой продукт представлял собой сообщения, передаваемые по телетайпу, факсимильной связи, электронным сетям, почте и другим средствам связи, в виде ленты оперативной информации, специализированных вестников, тематических

¹Закон РФ «О средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12.1991 г. №2124-1 // URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения: 17.05.2016).

²Федеральное информационное агентство Мосинформбюро. Информационное агентство в современном мире // URL: <http://su0.ru/VrxO> (дата обращения: 11.06.2014).

³Калмыков, А.А. Интернет-журналистика / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: Юнити–Дана, 2005. – С. 206.

⁴Салыхова, Н.В. Роль и место агентства Франс-Пресс в мировых информационных процессах: автореферат канд. фил. наук / Н.В. Салыхова. – М.: 2005. – С. 3.

пакетов, экспресс-выпусков. Однако продукты информационных агентств, как правило, не идут в эфир или печать в первоначальном виде. Каждое СМИ адаптирует полученную информацию для своей аудитории. Появление интернета преобразовало вещание информационных агентств. Создавая свои интернет-серверы, информационные агентства обходят клиентов-посредников для распространения собственной информации и сами превращаются в полноценные СМИ с набором уникальных типологических признаков: аудиторией, внутренней структурой, жанрами, оформлением¹.

Региональные агентства специализируются на сборе информации из регионов². На сегодняшний день в больших городах работает несколько агентств и информационных бюро, которые ориентированы на разную аудиторию, и отличаются тематической направленностью информации. Агентства в региональной структуре в большинстве своем распространяют рекламно-коммерческую информацию. Также продолжает расти число агентств в небольших городах и районах.

Также источниками информации принято считать сети интернета, такие как социальные сети и блоги³.

Под социальной сетью подразумевается программный сервис, площадка для взаимодействия людей. Социальная сеть – это интерактивный, многопользовательский вебсайт, содержание которого наполняется посредством самих участников сети. Социальные сети для журналиста – это бесценный источник информации. Современные информационные службы перестраиваются на работу в социальных сетях.

На данный момент социальные сети являются огромной базой данных с многообразной информацией о сотнях миллионов людей по всему миру, которая к тому же неплохо структурирована. В последнее время сети все больше

¹Основные информационные агентства России // URL: <http://su0.ru/Gn7a>(дата обращения: 11.06.2014).

²Мировые информационные агентства // URL: <http://su0.ru/Pa9P>(дата обращения: 11.06.2014).

³Самарцев, О.Р. Творческая деятельность журналиста (очерки теории и практики): учеб пособие / О.Р. Самарцев. – 3-е изд. – М.: Академический Проект; Фонд Мир, 2014. – С. 326.

открываются внешнему миру, а многие личные данные пользователей уже доступны для всех желающих¹.

Блоги как источник информации включают в себя регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны короткие записи временной значимости. Совокупность всех блогов принято называть блогосферой. Понятие блогосферы делает упор на одно из основных отличий блогов от обычных веб-страниц и интернет-форумов: объединенные между собой, блоги могут составлять динамичную всемирную информационную оболочку².

Значительное преимущество блогов в качестве источников сведений характеризуется тем, что они в какой-то степени формируют определенное общественное мнение, а новости в блогах появляются более оперативно, чем в официальных источниках. Многие крупные СМИ имеют собственные блоги, в которых размещают на коммерческой основе свои материалы и предлагают их к обсуждению. Таким образом, устанавливается обратная связь с потребителями информационных услуг. На сегодняшний день заметна тенденция увеличения числа посетителей многих блогов, что сопоставимо с показателями зарегистрированных сайтов.

Блоги выполняют примерно те же функции, что существуют у радио, телевидения и газет:

1. Оперативность подачи информации;
2. Рассказы непосредственных очевидцев того или иного события;
3. Попытка анализа;
4. Подбор информации и попытка влияния на общественное мнение.

В апреле 2014 года во втором чтении была принята поправка к закону о СМИ, которая говорит о приравнивании крупных блогов к средствам массовой информации, а их авторов к журналистам. Это касается блогов, посещаемость которых составляет более 3000 человек в сутки. Поправка к закону о

¹Битков, Л.А. Практическое использование социальных сетей специалистами по PR / Л.А. Битков // URL: <http://su0.ru/BSsa>(дата обращения: 21.06.2014).

²Там же.

СМИ касается любых ресурсов, в том числе профилей в социальных сетях¹. Блогеров обязали проверять достоверность информации, не публиковать сведения о частной жизни граждан и указывать возрастные ограничения для пользователей². Данная поправка к закону вступила в силу с 1 августа 2014 года.

Подводя итог, отметим, что на сегодняшний день существует множество источников информации. Среди которых выделяют традиционные источники информации, такие как документ, предметно-вещественная среда и человек, и дополнительные источники, которыми активно пользуются журналисты. Это, прежде всего, система информирования журналистов, которая включает в себя такие элементы как брифинги, презентации, пресс-конференции и пресс-релизы. Источниками информации также являются представители органов власти, информационные агентства, а также социальные сети и блоги. Сегодня для журналиста открыто множество источников информации, которых с каждым годом становится все больше, за счет развития сети интернет.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что журналисты качественных изданий используют определенные способы получения информации. Среди методов получения сведений были выделены собственно-журналистские методы (проработка документов, беседа и наблюдение), которые чаще всего используются при подготовке текста. Определяющей особенностью качественной прессы является достоверность представленных в ней фактов и мнений. Читателей качественной прессы интересуют мнения компетентных экспертов. Опора на «носителей знаний» делает публикацию доказательной. Все это свидетельствует о важности документов для качественных СМИ.

Выбор методов и источников сведений всегда зависит от темы, которую хочет раскрыть журналист в тексте. Но при этом он должен учитывать, что информация в качественных изданиях всегда должна быть объективной, достоверной, своевременной и актуальной.

¹Все популярные блоги приравнивали к СМИ // URL: <http://su0.ru/UeDd> (дата обращения: 04.03.2016).

²Блогеров с аудиторией от 3 тысяч решили приравнивать к СМИ // URL: <https://tjournal.ru/p/blogger-equals-smi> (дата обращения: 04.03.2016).

2 КАЧЕСТВЕННАЯ ПРЕССА В СИСТЕМЕ СМИ

2.1 Качественные издания: определение понятий, функции, цели, задачи

Традиционно выделяют два вида печатной периодики –качественные издания, отличающиеся обилием аналитических жанров, наличием оценок компетентных экспертов, достоверностью и спокойным тоном публикаций, и массовые издания, рассчитанные на обширную аудиторию, удовлетворяющие ее интересы и потребности.

Остановимся на рассмотрении особенностей качественной прессы и ее места в системе СМИ. Качественная пресса представлена печатными изданиями, отличительными чертами которых являются аналитичность, экспертные мнения, а также объективность и достоверность информации, как правило, такие издания выходят небольшими тиражами, пользуются особым уважением.

В материалах качественного издания наблюдается особое отношение к действительности, в первую очередь оно является инструментом информирования и анализа. Созданная им картина мира выдает беспристрастного наблюдателя, рационального критика, посредника между властью и обществом, коммуникатора, способного оперативно организовать информационный обмен между социальными группами. Повестка дня формируется преимущественно из общезначимых проблем. Такими проблемами являются политические темы, от которых зависит не только общественное благосостояние, но и личное благополучие каждого человека. В материалах о политике профессионализм журналиста становится особенно заметным и важным. Любое качественное издание не обходится без политической тематики как основы собственной «повестки дня»¹.

На первый план в качественной периодике выходит аналитическая функция и функция информирования о событиях. Читатель является равноправным

¹Качественная и массовая пресса: критерии различия // URL: <http://su0.ru/FZj7>(дата обращения: 07.02.2016).

социальным субъектом, участником в политической, экономической, культурной жизни страны. Информационное пространство качественного издания предназначено для общественного диалога, в котором допустимо свободное, но обязательно аргументированное высказывание всех участников. В информационном пространстве качественного издания четко разделены факт, анализ и комментарий¹.

Аудитория качественных изданий отличается высоким уровнем образования и высоким социальным статусом. Основными критериями качественного печатного издания являются:

1. Общезначимые темы как основа «повестки дня»;
2. Информирование и анализ как главные функции издания;
3. «Субъект-субъектные» отношения с читателем;
4. Четкое разделение факта, анализа и комментария;
6. Строгость оформления;
7. Высокий уровень образования и высокий социальный статус читателя.

Качественные газеты и журналы характеризует высокий журналистский и полиграфический уровень, также ценятся мнения компетентных специалистов. По мере развития рыночных отношений, повышения сложности хозяйственного механизма и системы управления экономикой возникла потребность в создании газет, которые предназначались бы для элитной аудитории, включающей в себя представителей финансовых кругов, биржевиков, промышленников, управленцев банковской сферы и страхового бизнеса².

Качественная пресса опирается на доктрину социально-ответственной журналистики, придерживается принципов достоверности, объективности или непредвзятости, независимости суждений и представительности мнений. Эта пресса исходит из того, что принцип свободы печати и информации не может быть абсолютизирован без ущерба для общества. Следовательно, в

¹Качественная и массовая пресса: критерии различия // URL: <http://su0.ru/FZj7> (дата обращения: 07.02.2016).

²Там же.

профессиональной деятельности журналистов необходимы самоограничения этой свободы, которые на практике формализуются в виде профессиональных этических кодексов и профессиональных стандартов¹

Качественную и деловую прессу часто считают синонимами, однако, это не совсем так. По сути, вся деловая пресса является качественной, но не всегда качественная периодика является деловой.

Деловая пресса представлена на многих типологических уровнях, она затрагивает деловую составляющую жизни общества, которая присуща политической, социальной, а также бизнес-сфере. Деловая проблематика занимает определенное место в массовых общественно-политических изданиях. В то же время стала заметной тенденция специализации деловой информации. Основанием для выделения деловой прессы в отдельную категорию является ее информационно-функциональная специфика. Процесс идентификации деловой прессы сопряжен с выявлением особых, только ей присущих функций²:

1. Распространение делового опыта;
2. Расширение делового кругозора;
3. Обеспечение аудитории оперативной коммерческой информацией (сводки, котировки, валютные курсы), а также специальной информацией, касающейся свойств продукции, услуг, процессов их производства и использования;
4. Формирование положительного образа предпринимательства в сознании массовой аудитории;
5. Обеспечение аудитории нормативной информацией (законодательные акты, постановления правительства);
6. Формирование идеологии бизнеса;
7. Помощь в установлении деловых связей с партнерами;

¹Мурзин, Д.А. Очерк типологии деловой прессы / Д.А. Мурзин // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2003. – №2. – С. 65.

²Еременко, А.В. Деловая пресса в России: история, типология, моделирование изданий: дис. канд. фил.наук / А.В. Еременко. – Ростов-на-дону: 2006. – С. 34.

8. Влияние на органы власти и управления в целях принятия решений, способствующих развитию бизнеса;

9. Обеспечение аудитории информацией и анализом проблем и достижений в области научной экономической мысли: экономической теории, микро- и макроэкономике и других¹.

Деловая пресса в ее газетной форме чаще всего реализуется посредством универсальных и специализированных информационно-аналитических, немногочисленных узкоспециализированных и профессиональных информационно-аналитических (обычно в виде корпоративной прессы), универсальных и специализированных оперативно-справочных, универсальных и специализированных рекламно-коммерческих изданий, а также универсальных газет объявлений. Содержательная палитра деловой прессы шире политической, экономической или собственно бизнес-информации. В самом общем виде деловая пресса оперирует любой информацией, которая может оказать влияние на поведение агентов рынка или отражающей это поведение².

Е.И. Мордовская полагает, что деловая пресса – это род печати, который направлен на обслуживание группы людей, имеющих отношение к бизнесу и экономике³.

Специфику деловой прессы определяет надежность источника информации, обеспечение которой диктует строгие профессиональные стандарты, так как последствия от недобросовестно созданных материалов могут иметь серьезные последствия для общества, в случае использования ее для принятия ответственных решений. Деловая пресса и по характеру информации, которой она оперирует, и по характеру аудитории является в мировой журналистике самым радикальным выражением качественной прессы⁴.

¹Еременко, А.В. Указ.соч., с. 35.

²Там же, с. 36.

³Мордовская, Е.И. Деловое издание в системе периодической печати. Типообразующие факторы, характер становления и развития: дис. канд. фил.наук / Е.И. Мордовская. – М.: 1998. – С. 58–59.

⁴Мурзин, Д.А. Указ.соч., с. 67.

Принято считать, что деловая пресса нацелена на причастных к принятию ответственных решений лиц, в сфере политики, экономики и бизнеса. Базу читательской аудитории такой прессы составляют специалисты, образованные, социально активные люди, работающие во всех сферах народного хозяйства, в науке и на государственной службе. Важную категорию читателей деловой прессы составляют также студенты высших учебных заведений. Таким образом, информация, способная прямо или опосредованно повлиять на движение рынков труда, капитала и товаров, является деловой¹.

В ходе исследования были выявлены отличия массовой периодики от качественной, представленные в Приложении А. На сегодняшний день имеют место быть как качественные, так и массовые издания. Несмотря на существенные отличия, которые были выделены, оба вида изданий сформировала определенная аудитория, которая будет продолжать покупать и читать периодику. На протяжении долгих лет существования качественная и массовая пресса четко определила свои отличительные особенности и принципы, которым продолжает следовать и по сегодняшний день.

2.2 Особенности развития качественной прессы в России и за рубежом

Прежде чем приступить к рассмотрению развития качественной прессы, определим понятие качественной журналистики. А.А. Плутник понимает качественную журналистику как созданную профессионалами и отличающуюся «безусловной приверженностью безупречным нравственным принципам». Такая пресса по его словам, не отравляет сознание масс, а придает сил, обостряет духовную зоркость, обращает внимание на проблемы общественной жизни, которые определяют важнейшие для прогрессивного развития общества явления².

¹Мурзин, Д.А. Указ.соч., с. 68.

²Плутник А.А. Служители культа безличностей / А.А. Плутник // Журналистика и медиарынок №6, 2009 // URL: <http://su0.ru/VvBo>(дата обращения: 05.03.2016).

В России первыми появились качественные газеты, рассчитанные на образованного читателя. Под качественной прессой в традициях русской журналистики, как писала С.Я. Махонина, понимался «политический орган со строго выдержанным направлением, рассчитанный на своего читателя-единомышленника, образованного, понимающего стилистически сложные публикации, в которых обсуждаются серьезные общественные, политические, научные и другие проблемы»¹.

В 1901 году А.В. Пешехонов одним из первых предложил классификацию русских газет, выделив «дешевые», «малые» и «большие» газеты. В современной терминологии эти определения можно охарактеризовать как качественная, массовая и бульварная газета. Образцом качественного типа являлись «Русские ведомости». Отличительной особенностью газеты являлось следование единым принципам издания и стилю оформления. В период своего существования газета уклонялась от технических новшеств, погоня за сенсациями, отличалась широким спектром тематики и строгой проверкой информации на достоверность. На страницах «Русских ведомостей» регулярно публиковались прославленные общественные деятели того времени, освещались насущные вопросы современности, информативность соединялась с аналитичностью и серьезным тоном публикаций². По результатам исследования редакции «Русских ведомостей» в 1913 году, было выявлено, что основной круг читателей составляла интеллигенция: врачи, адвокаты, ученые, студенты, педагоги и другие. Рабочих было лишь 0,5%³.

Уверенную позицию качественной русской прессы в начале XX века занимали легальные партийные газеты. То были центральный орган большевиков «Новая жизнь», главная газета кадетов «Речь», издания октябристов, прогрессистов и мирнообновленцев «Голос Москвы», «Утро России» и другие. Тип этих изданий

¹Махонина, С.Я. История русской журналистики начала XX века: учеб. пособие / С.Я. Махонина. – М.: Флинта: Наука, 2004. – С. 118.

²Там же, с. 119.

³Богданова, Е.М. Газета Русские ведомости как образец качественной прессы в к. XIX – н. XX вв. / Е.М. Богданова // Молодой ученый. – 2011. – №8. Т. 2. – С. 163–166.

соответствовал формату качественной прессы Европы. Например, редакция газеты «Речь» следовала английскому опыту издания качественных газет и опиралась на оформление и структуру английской газеты «TheTimes»¹.

Деловая пресса России имеет глубокие корни, ее появление еще в конце XIX века было вызвано историческими условиями. Процесс капитализации и высокие темпы промышленного роста привели к кардинальным переменам в социуме, что отразилось на структуре дореволюционной печати. Капитализация явилась толчком к развитию различных потребностей населения. Развивалась область услуг, увеличивалось число людей занятых в ней, расширился миграционный поток жителей села в город, где им предлагался увеличившийся выбор профессий. Произошло углубление дифференциации печати по разным интересам и потребностям населения².

В конце XIX – начале XX века в отечественной периодике активно формируется и развивается специализированный тип прессы, в рамках которого выделяются деловые издания. Возникают новые, более оперативные типы изданий, приспособленные к предпочтениям новой аудитории, содержащие различную информацию. Особая аудитория складывается среди читателей специализированных газет, отдельную часть этой аудитории составили потребители информации делового характера³.

На сегодняшний день рынок российских качественных и деловых изданий достаточно насыщен, к таким изданиям можно отнести «Коммерсантъ», «Ведомости», «Российскую газету», журналы «Эксперт», «Итоги», «Деловой квартал» и другие. Издания отличаются взвешенным тоном публикаций и преобладанием аналитических жанров. Современная отечественная качественная пресса выступает источником новостей в российском информационном пространстве и влияет на формирование информационной повестки дня⁴.

¹Махонина, С.Я. Указ.соч., с. 127.

²Еременко, А.В. Указ.соч., с. 37.

³Там же, с. 39.

⁴Торопова, Е.А. Качественная пресса как фактор формирования имиджа России: дис. канд. фил.наук / Е.А. Торопова. – М.: 2010. – 209 с. С. 64–65.

В 1785 году английский типограф Джон Уолтер основал газету «TheTimes», которая считается первой зарубежной качественной газетой. Джон Уолтер поставил перед собой задачу превратить «TheTimes» в издание, интересное всем читающим кругам. В своей первой редакционной статье он заявлял: «газета должна быть хроникером времени, верным летописцем всех проявлений человеческого разума; она не должна сосредотачиваться только на одном событии, но, подобно хорошо сервированному столу, должна иметь в своем арсенале блюда на любой вкус и, избегая крайностей, держаться золотойсередины»¹.

Подлинное значение «TheTimes» как влиятельной европейской газеты проявилось в начале XIX века. Взвешенная позиция и ориентация на традиционные ценности среднего класса выделяли ее среди популистских и радикальных изданий того времени. Система качественной печати начала складываться в Великобритании в XIX веке. За столетие здесь появились еще три больших популярных качественных издания: «TheGuardian», «TheDailyTelegraph» и «FinancialTimes»².

Имя Адольфа Окса связывают с качественной прессой в истории американской журналистики. В 1896 году Адольф Окс приобрел издание «TheNewYorkTimes», с целью превратить ее в независимый от правительства источник основательной, систематичной информации о положении дел в стране и во всем мире. Политические и деловые круги США нуждались в осведомленном, влиятельном органе прессы, который помимо освещения вопросов экономики и финансов, предоставлял бы полные и объективные сведения о состоянии дел в сфере внутренней и внешней политики, общественной и культурной жизни. А такая информация была необходима для принятия обоснованных решений в сфере управления³.

¹История TheTimes, появление термина «четвертая власть»; появление и развитие в Англии провинциальной прессы // URL: <http://su0.ru/Aq24>(датаобращения: 02.03.2016).

²Лучинский, Ю.М. Очерки истории зарубежной журналистики: учеб.пособие / Ю.М. Лучинский. – Краснодар: Изд-воКубан. гос. ун-т, 1996. – С. 34.

³Там же, с. 37.

«TheNewYorkTimes» определила свои принципы: отказ от вмешательства в частную жизнь, от низкопробных сюжетов и рекламы, сомнительных методов сбора информации, а также от публикации недостоверных новостей ради сенсации. В результате редакционной политики, чтение этой газеты стало признаком респектабельности. Стиль качественной журналистики «TheNewYorkTimes» был принят влиятельными издательскими кругами США и европейских стран. Проведенная борьба за качественную журналистику в США послужила созданию «Американского общества редакторов газет» в 1923 году, которое предложило в качестве образца кодекс высочайшего этического и профессионального поведения¹.

В современной мировой журналистике высокий авторитет завоевали именно качественные СМИ. В конце 90-х годов результаты опроса экспертов более чем из 50 стран позволили вывести список лучших изданий XX века. Первостепенными заняли «Financial Times», «The New York Times», «Frankfurter Allgemeine Zeitung» и «The Wall Street Journal». Следует заметить, что в этом рейтинге не было ни одной массовой газеты².

Традиционные английские качественные газеты «TheTimes», «TheGuardian», «TheDailyTelegraph» и «FinancialTimes» существуют до сих пор, но формат А2, присущий качественной прессе, сохраняют только «TheDailyTelegraph» и «FinancialTimes»³.

В настоящее время «TheTimes» является влиятельной ежедневной газетой, которая имеет широкую сеть собственных корреспондентов за рубежом. За всю историю существования направленность и качество «TheTimes» остаются неизменными⁴.

¹Лучинский, Ю.М. Указ.соч., с. 38.

²Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2001. – С. 83-84.

³Назайкин, А.Н. Таблоиды наступают. И не выигрывают / А.Н. Назайкин // Медиаскоп 2007, №1 // URL: <http://www.mediascope.ru/node/193> (дата обращения: 02.03.2016).

⁴Лучинский, Ю.М. Указ.соч., с. 35.

В Германии почти вся традиционная пресса является качественной. Газеты «Süddeutsche Zeitung», «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Die Welt», «Frankfurter Rundschau» рассчитаны на политическую и экономическую элиту страны. Они отличаются строгостью оформления и высоким уровнем аналитических материалов. Реклама в этих изданиях, как правило, принадлежит уважаемым фирмам¹.

Во Франции большинство современных национальных газет, таких как «Le Monde», «Le Figaro», «Les Echos» и другие, можно отнести к качественной прессе. Самой многотиражной качественной газетой на сегодняшний день является «The Times of India». Она освещает социальные, политические и экономические события национального и международного масштаба².

На современном этапе обозначилось новое деление прессы: элитарная пресса, финансово-экономическая, и массовая пресса, перешедшая в категорию бульварной. Увеличивается рост качественных газет, предназначенных более образованным кругам населения. Прежде всего, это связано с изменением социального положения многих групп в обществе, с растущим числом менеджеров, управляющих и бизнесменов, полагающихся на серьезную прессу. Также меняется и сама качественная пресса, расширяя круг своих интересов и охватываемых проблем. Наравне с традиционными разделами, посвященными искусству, печатаются материалы о возможности приобретения произведений искусства, появляются различные публикации о спорте, музыке, телевидении и кино. Происходит деэтимологизация элитарных газет³.

В то же время заметна тенденция активного развития газет, считавшихся раньше специализированными и рассчитанными на биржевиков и экспертов-аналитиков – «Financial Times» в Англии, «Handelsblatt» в Германии,

¹Вороненкова, Г.Ф. Типологические модели газетно-журнальной периодики ФРГ / Г.Ф. Вороненкова // URL: <http://su0.ru/SOzl> (дата обращения: 29.02.2016)

²Филатова, И.М. Печатная и онлайн-версии газеты The Times of India как наиболее успешный пример использования возможностей конвергенции на медиарынке Индии / И.М. Филатова // Медиаскоп 2011, №2 // URL: <http://www.mediascope.ru/node/828> (дата обращения: 29.02.2016).

³Система средств массовой информации России: учеб. пособие для вузов / Я.Н. Засурский, М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова и др.; под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С.3

«WallStreetJournal» в США, «LesEcho» во Франции. Они занимают уверенную позицию качественной прессы первой категории – для управляющей элиты¹.

Эти тенденции также заметны в типологии отечественных изданий. На сегодняшний день в России растет число финансовых газет, по своему уровню некоторые из них схожи с элитарными изданиями, выходящими на Западе. Газета «Коммерсантъ» первой попыталась занять нишу элитарной прессы, но не сумела привлечь аудиторию из кругов финансовой элиты, поэтому стала более массовой газетой, рассчитанной на заинтересованных в финансовых вопросах читателей².

Попытку внедрить в российское общество совместный продукт двух элитарных качественных газет предприняли крупнейшие западные финансово-экономические и издательские концерны – американский «DowJones» и английский «Pearson». Газету «Ведомости» издают две ведущие бизнес-газеты мира, сплотившиеся для совместной деятельности в России – «FinancialTimes» и «WallStreetJournal». Это подтверждает развитие отечественной прессы примерно в одном направлении с международной практикой – проявляются изменения, происходящие в России и в мире. При этом западные модели: английская, французская, немецкая, шведская и американская, заметно различаются между собой. Российская модель близится к европейской. За последнее десятилетие значительно возрос информационный компонент российских СМИ, но приоритетной частью остаются аналитика и интерпретация событий³.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что за последние десятилетия качественная пресса претерпела значительные изменения. Прежде всего, это связано с развитием сети интернет. Многие современные качественные издания имеют онлайн-версии, которые отличаются от печатных изданий тем, что обладают исключительными возможностями, связанными с мультимедийностью, оперативностью, интерактивностью и гипертекстуальностью. Благодаря гипертекстуальности, открывается возможность увеличения контента

¹Засурский, Я.Н. Указ.соч., с. 3.

²Там же, с. 4.

³Там же, с. 5.

информационных сообщений, направления читателя к другим ресурсам интернета. К тому же, с переходом изданий в интернет, стало возможным двустороннее общение между аудиторией и редакцией. Аудитория может оставлять комментарии, задавать вопросы и создавать обсуждения по предоставленной информации в режиме реального времени.

Несмотря на то, что тиражи изданий в последнее время сокращаются, качественная пресса остается востребованной. Люди, заинтересованные в аналитической, достоверной и экспертной информации, продолжают читать качественные издания. К тому же, в условиях современной экономики страны, с каждым годом таких людей становится все больше. Качественная пресса продолжает развиваться, и уже включает в себя не просто газеты и журналы, но и деловые издания, а также корпоративные издания, которые, в свою очередь делятся на издания, ориентированные на клиента и для персонала.

3 СПЕЦИФИКА РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТА С ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ В КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗДАНИЯХ

3.1 Методы работы с источниками информации в федеральных качественных изданиях (на примере газет «Российская газета», «Коммерсантъ» и «Ведомости»)

В третьей главе выпускной квалификационной работы мы рассмотрим, какие методы используют корреспонденты при работе с источниками информации в качественных изданиях. Для этого был проведен анализ федеральных изданий, таких как «Российская газета», «Коммерсантъ» и «Ведомости». Эти издания отвечают критериям качественной прессы: взвешенный тон публикаций, аналитичность и содержание экспертных оценок и мнений.

Рассмотрим федеральное издание «Российская газета» – официальный печатный орган Правительства Российской Федерации.

«Российская газета» является ежедневным общенациональным изданием и выходит тиражом в 160 тысяч экземпляров, печатается в формате А2, количество полос 16–24¹. На страницах газеты публикуется самая полная и достоверная информация от государственных деятелей с комментариями к принятым законам, эксклюзивные интервью с наиболее влиятельными персонами российской власти, бизнеса и культуры, оперативные репортажи от собственных корреспондентов из разных точек мира, а также аналитические обзоры и прогнозы². После публикации в «Российской газете» вступают в силу государственные документы.

«Российская газета» имеет 13 филиалов в крупнейших городах России и Корпункты за рубежом. Печатается в 44 городах страны (ежедневный выпуск) и в

¹Об издании Российская газета // URL: <http://rossiskayagazeta.advrba.ru/> (дата обращения: 05.05.2016).

²Российская газета – ежедневное общенациональное издание // URL: <http://rg.ru/izdania/> (дата обращения: 05.05.2016).

47 городах (еженедельный выпуск), выпуски газеты сопровождаются региональными вкладками, а также тематическими приложениями¹.

Основные рубрики издания: страна, мир, власть, экономика, общество, культура, спорт, а также происшествия.

Генеральным директором является Павел Негица, а пост главного редактора занимает Владислав Фронин.

Также «Российская газета» имеет официальный сайт², который содержит фото- и видеоматериалы, инфографику, гиперссылки, а также возможность комментирования опубликованных статей.

Следующим федеральным изданием, которое мы рассмотрим, является «Коммерсантъ» – российская ежедневная общественно-политическая газета с усиленным деловым блоком. Выпускается издательским домом «Коммерсантъ». Периодичность выхода – шесть раз в неделю (с понедельника по субботу), тираж издания 100–120 тысяч экземпляров. «Коммерсантъ» выпускается в формате А2, количество полос – 16. На страницах издания публикуются качественная и оперативная информация о мировом и российском бизнесе, финансовые и деловые новости, политика и перестановки в органах власти, главные события в обществе, культуре и спорте. Точные прогнозы и глубокий анализ. Является одним из самых авторитетных и влиятельных изданий России для людей, принимающих решения³.

Основные рубрики издания: страна, мир, бизнес, экономика, культура, спорт.

Генеральный директор издания – Мария Комарова, а Сергей Яковлев совмещает несколько должностей, таких как шеф-редактор издательского дома «Коммерсантъ», главный редактор газеты и сайта⁴ «Коммерсантъ». На сайте информация появляется более оперативно, чем в печатном издании. Удобство контента позволяет легко найти интересующие события и публикации, а также

¹Российская газета – о газете // URL: <http://rg.ru/about/> (дата обращения: 05.05.2016).

²Российская газета: официальный сайт издания // URL: <http://rg.ru/> (дата обращения: 05.05.2016).

³Коммерсантъ – ежедневная общественно-политическая газета // URL: <http://su0.ru/T102> (дата обращения: 05.05.2016).

⁴Коммерсантъ: официальный сайт издания // URL: <http://www.kommersant.ru/> (дата обращения: 05.05.2016).

просмотреть видеоматериалы. В интернет-издании используются гиперссылки и инфографика, которая выполняет несколько важнейших функций: информирует, воздействует и развлекает¹.

Рассмотрим российское федеральное издание «Ведомости».

«Ведомости» – уникальный проект, для реализации которого в 1999 году впервые объединили свои силы две ведущие бизнес-газеты мира – «FinancialTimes» и «TheWallStreetJournal». Сейчас издание принадлежит частной российской компании, а «Ведомости» могут использовать материалы «FinancialTimes» и «TheWallStreetJournal», входя в синдикат этих мировых изданий.

Газета «Ведомости» отвечает критериям качественной прессы, предоставляя читателям максимально оперативную, подробную и объективную информацию. Освещает важнейшие экономические, финансовые, корпоративные и политические события, предлагая читателю анализ и прогнозы развития ситуации.

Издание интересно, прежде всего, деловой аудитории, руководителям, менеджерам, управляющим, бизнесменам. Такая аудитория ждет от печатных СМИ аналитичности, группировки фактов и их трактовки, прогнозов, а также мнений экспертов.

Газета выходит 5 раз в неделю по будням на 12–16 полосах в формате А3, и распространяется на территории всей России.

Основные рубрики издания: политика, экономика, финансы, технологии и коммуникации, менеджмент, а также культура.

Также издание «Ведомости» имеет официальный сайт², с 1999 года, созданный одновременно с печатной версией газеты. На сайте содержится полный архив материалов, начиная с первого выпуска «Ведомостей». Ежемесячно сайт посещает более 2,5 млн уникальных посетителей.

¹Золотова Е.С. Инфографика как способ повышения эффективности деловых интернет-СМИ / Е.С. Золотова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – №4 (144). – С. 27–32.

²Ведомости: официальный сайт издания // URL: www.vedomosti.ru (дата обращения: 05.05.2016).

Кроме выпуска газеты и приложений «Ведомости» проводят тематические конференции, на сегодняшний день заявляется о проведении более 350 мероприятий¹.

В печатной версии издания присутствуют элементы визуализации, такие как фото и инфографика. В интернет версии, помимо фото и инфографики, используются гиперссылки, видеоматериалы, возможность комментирования опубликованных статей, а также подкасты, с помощью которых можно изучить выпуск в аудио-режиме. Длительность каждого подкаста длится примерно 7 минут.

Особенностью издания «Ведомости» является выпуск номеров на розовой бумаге, контент интернет версии, также выполнен в розовом цвете. Также в интернет версии присутствует котировка курса валют, которая меняется в режиме реального времени.

Главный редактор издания – Татьяна Лысова.

Мы рассмотрели публикации печатных изданий «Российская газета», «Коммерсантъ» и «Ведомости» за период 2015–2016 год, подробный анализ представлен в Приложении Б. Всего было проанализировано 24 выпуска. В ходе исследования выявлено, что чаще всего при написании материалов журналисты используют методы социологических исследований контент-анализ, беседа и интервью, а также метод наблюдения, который является основой для журналиста, чтобы отследить, понять, какая тема заслуживает освещения, что актуально для аудитории, что ее волнует и беспокоит. Реже используется гипотетический метод. В качестве основных источников информации журналисты используют обращение к представителям органов власти и представителям различных государственных структур. Интересно, что среди источников информации в проанализированных материалах не фигурировали информационные агентства.

Так как журналисты часто обращаются к представителям государственных структур, мы побеседовали с референтом ГУ МВД по Челябинской области Альбертом Равилевичем Габбазовым. Целью беседы было выяснить, каким

¹Ведомости – ежедневная деловая газета // URL: <http://su0.ru/XEYu> (дата обращения: 05.05.2016).

образом происходит сотрудничество и взаимодействие корреспондентов с представителями государственных структур.

В ходе беседы выявлено, что чаще всего о произошедших событиях корреспондентов информирует отдел пресс-службы МВД. Составляется пресс-релиз, после чего появляется на официальном сайте, а также отправляется в редакции посредством электронной почты. Пресс-служба ГУ МВД по Челябинской области сотрудничает как с региональными, так и с федеральными изданиями на одинаковом уровне, единственным отличием является процедура запроса информации. Для региональных изданий запрос происходит просто по звонку дежурному пресс-службы, журналист может сразу уточнить интересующие детали происшествия. Если же нужно взять интервью у генерала, создаются специальные пресс-конференции, на которых собираются журналисты из различных изданий и могут задать свои вопросы. Если информация нужна корреспондентам из федеральных изданий, сначала они должны подать запрос в МВД своего региона, после чего запрос подается в ГУ МВД по Челябинской области, и только тогда журналист получает возможность назначить встречу и уточнить информацию.

Для того чтобы собрать более полную и достоверную информацию о произошедшем событии, журналист должен обращаться не только к сотрудникам ГУ МВД, но и к другим структурным подразделениям. Полномочия подразделений значительно отличаются друг от друга и сотрудники розыскного отдела, к примеру, не могут предоставить информацию по следственным мероприятиям, и наоборот.

Подводя итог нашему исследованию, можно сделать вывод о том, что федеральные качественные издания тесно сотрудничают с регионами. В качестве источников информации чаще всего используются представители органов власти, государственные организации мнения очевидцев и участников события, реже предметно-вещественная среда. Федеральные издания в своих материалах, часто ссылаются на документы и законы. Среди часто используемых методов можно

отметить контент-анализ, проработку документов, беседу, а также социологические исследования.

3.2 Специфика работы с источниками информации в качественных изданиях Челябинской области (на примере газет «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск»)

Для того чтобы выявить источники информации используемые журналистами региональных качественных изданий, были проанализированы выпуски газет «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск».

Рассмотрим газету «Южноуральская панорама» – издание Правительства и Законодательного Собрания Челябинской области.

В «Южноуральской панораме» публикуются вступающие в законную силу нормативно-правовые акты органов государственной власти области, а так же обязательные к публикации в СМИ документы (банковские отчеты и отчеты юридических лиц). Это является отличительной особенностью от других качественных печатных СМИ.

Газета выходит два раза в неделю – понедельник и четверг, в формате А2, А3, на 8–24 полосах. Общий недельный тираж составляет 40 тысяч экземпляров¹.

Основные рубрики издания: политика, экономика, культура, общество, спорт, спецпроекты.

Главный редактор газеты Андрей Трушников. Также в газете работает 4 обозревателя, 8 корреспондентов, 2 внештатных корреспондента и адвокат.

Помимо печатной версии, газета «Южноуральская панорама» имеет официальный сайт². Помимо основного контента, инфографики, видеоматериалов и гиперссылок, сайт включает в себя публикации опросов, а также документы

¹Южноуральская панорама – официальное издание Правительства и Законодательного Собрания Челябинской области // URL: <http://up74.ru/advertiser/> (дата обращения: 05.05.2016).

²Южноуральская панорама: официальный сайт издания // URL: <http://up74.ru/> (дата обращения: 05.05.2016).

Законодательного Собрания Челябинской области. Для тех, кто не успел прочитать печатную версию, существует архив номеров в виде газеты.

Следующая газета, которая рассмотрена в работе, – «Парламентская неделя», как и «Южноуральская панорама», она является официальным изданием Правительства и Законодательного Собрания Челябинской области. Издание освещает на своих страницах основные события города, а также законодательную деятельность Челябинска и области. Выходит тиражом 50 тысяч экземпляров, один раз в неделю. Формат издания А2¹. Собственного сайта в интернете газета не имеет, но имеется архив выпусков издания.

Должность главного редактора занимает один из самых опытных редакторов холдинга «Гранада пресс» Михаил Стерехов².

Последнее издание, анализируемое в рамках выпускной квалификационной работы, – «Вечерний Челябинск». Газета содержит максимум официальной информации о последних решениях администрации Челябинска, городской думы, других органов власти и рассказывающая в ежедневном режиме о жизни Челябинска³.

Тематика газеты – яркие события городской жизни, тенденции, проекты в экономике, хозяйстве, новости политики, здравоохранения, образования, культуры, жизнь политических и VIP-персон. Герои интервью – люди, которые прославили Челябинск и сами стали частью его истории.

Наиболее популярные рубрики газеты: пульс мегаполиса, обзор; анализ; мнения; расследования «Вечернего Челябинска»; утро недели; родительское собрание; алгоритм действий; почтовый ящик; профессия; кадры; грани спорта; семья; компас потребителя.

¹Парламентская неделя – общественно-политическое издание // URL: <http://old.pressa.ru/izdanie/6435> (дата обращения: 12.05.2016).

²Новая Парламентская неделя // URL: <http://su0.ru/XgDb> (дата обращения: 12.05.2016).

³Газета Вечерний Челябинск // URL: <http://su0.ru/Q6D9> (дата обращения: 12.05.2016).

«Вечерний Челябинск» выходит тиражом 168 тысяч экземпляров в месяц в формате А3, периодичность выхода – 2 раза в неделю, объем газеты в среду – 12 полос, в пятницу – 24 полосы¹.

Главный редактор «Вечернего Челябинска» Михаил Стерехов.

Издание «Вечерний Челябинск» имеет официальный интернет сайт², в котором присутствуют элементы визуализации, такие как фото и инфографика, а также используются гиперссылки, видеоматериалы, возможность комментирования опубликованных статей.

Мы рассмотрели публикации печатных региональных изданий «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск» за период 2015–2016 год, представленные в Приложении В. Всего было проанализировано 24 выпуска. В ходе исследования было выяснено, что в качестве источников информации издания чаще всего используют представителей органов власти, государственные организации, а также документы. В газетах публикуются вступающие в законную силу нормативно-правовые акты органов государственной власти области, а также официальная информация о последних решениях администрации Челябинска, городской думы, других органов власти.

Анализируя качественные издания Челябинска и области, была проведена беседа с корреспондентами изданий «Южноуральская панорама» и «Деловой квартал», с целью выяснить, какими источниками информации пользуются журналисты непосредственно в этих изданиях.

Корреспондент газеты «Южноуральская панорама» Худяков Марат, рассказал, что при подготовке материала использует следующие источники информации: «Новостные агрегаторы в Интернете, пресс-релизы, сообщения от читателей, официальные сайты ведомств, социальные сети (с обязательной проверкой информации), тексты интервью качественных изданий, соцопросы, статистические данные, информация с пресс-конференций, брифингов». Чаще

¹Газета Вечерний Челябинск // URL: <http://su0.ru/Q6D9> (дата обращения: 12.05.2016).

²Вечерний Челябинск: официальный сайт издания // URL: <http://vecherka.su/> (дата обращения: 12.05.2016).

всего используются следующие методы сбора информации: «Интервью, наблюдение, изучение документов, контент-анализ». На вопрос, насколько сложно собирать достоверную и качественную информацию, корреспондент ответил: «Если неформальные отношения журналиста и представителей того ведомства, которого касается эта информация, на хорошем уровне, то, как правило, качество и достоверность информации обеспечена. Если же нет, то приходится делать официальные запросы, на которые ведомства должны ответить в течение 7–10 дней, а это вредит оперативности. В целом, можно сказать, что достоверная и качественная информация дается с трудом, особенно в эпоху социальных сетей, где периодически делают «вбросы» и много непроверенной информации без указания их источника».

Выпускающий редактор издания «Деловой квартал» Наталья Горюнова, в качестве источников информации выделила следующие: «Ньюсмейкеры из деловой среды – руководители предприятий, предприниматели; политики; общественные деятели, общественные организации и объединения; пресс-службы, отделы маркетинга; СМИ, в том числе и отраслевые; социальные сети; мероприятия: конференции, форумы и прочее».

Методы, которые использует Наталья: «Интервью, наблюдение, анкетирование, прогнозирование». По мнению Натальи Горюновой, собирать достоверную и качественную информацию несложно, потому что, как правило, люди заинтересованы в объективном освещении событий, явлений и прочих обстоятельствах. Впрочем, все зависит от темы и ситуации. В случае, если компания или человек закрыты от СМИ и избегают общения с журналистами, добывать достоверную информацию сложнее. В этом случае необходимо прибегать к различным источникам информации, перепроверять каждый факт.

Исходя из информации, которую нам предоставили журналисты изданий «Южноуральская панорама» и «Деловой квартал», можно сделать вывод о том, что методы сбора информации в этих изданиях практически не отличаются, оба издания используют интервью, наблюдение и контент-анализ. В качестве

источников информации, издания используют представителей органов власти, государственные организации и различные пресс-конференции.

В рамках выпускной квалификационной работы мы также рассмотрели методы работы с источниками информации в массовых изданиях, результаты представлены в Приложении Г. Отличием массовых изданий от качественных в работе с методами по сбору информации, является частое использование журналистского расследования и метода наблюдения. Источниками информации в массовых изданиях являются письма читателей, предметно-вещественная среда, мнения очевидцев, ссылки на другие источники информации, тогда как качественные издания используют более проверенные источники информации, например представителей органов власти, документы и государственные организации.

Подводя общий итог исследованию качественных федеральных изданий и региональных изданий Челябинской области, можно сделать вывод о том, что специфика работы с методами по сбору сведений и источниками информации в этих изданиях имеет схожие черты.

Выбор метода по сбору сведений часто зависит от:

1. Выбора освещаемой темы;
2. Жанра материала;
3. Личностных качеств журналиста;
4. Наличия профессиональных контактов;
5. Времени работы, отведенного на подготовку материала, и прочее.

Все качественные издания предоставляют только проверенную и достоверную информацию, поэтому опираются на надежные источники, скрупулезно проверяя факты и документы, при подготовке материала. Так как в качестве источников информации эти издания используют представителей органов власти, а также различные законопроекты, информация сама по себе становится достоверной и актуальной. Также в качестве источников информации можно выделить ссылки на издания, например региональные могут ссылаться на федеральные издания, и наоборот. Что касается информационных агентств, как источников информации, в

качестве открытых цитат и ссылок информационные агентства не фигурируют, при этом многие качественные издания являются подписчиками информационных агентств и используют полученные сведения в своих материалах.

3.3 Ожидания аудитории относительно качественных изданий

Изучение контента федеральных и региональных качественных изданий привело к выводу о том, что они имеют схожие черты в использовании методов по сбору сведений и использованию источников информации. Эти издания имеют схожую аудиторию, которая в основном состоит из деловой среды, руководителей, менеджеров, управляющих, бизнесменов и людей, проявляющих интерес к политике и законодательству. Такая аудитория ждет от печатных СМИ оперативной и достоверной информации, которая содержит аналитику, мнения экспертов, прогнозирование и трактовки фактов.

Полученные выводы, относительно содержания качественных изданий, требуют изучения аудитории, которая обращается к таким СМИ. Аудитория как предмет или объект изучения и раньше привлекала внимание исследователей, однако изучалась в основном с позиции восприятия ее характера, демографических признаков и т. п. При этом, ожидание аудитории от контента качественных изданий ранее не становилось предметом изучения.

Полагаем, что необходимо провести исследование с целью выявления степени соответствия контента качественных изданий ожиданиям аудитории. С этой целью был проведен опрос¹ аудитории, в котором приняли участие жители 34 разных городов:

1. 28 городов России (Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Краснодар, Челябинск и другие);
2. 4 городов Украины (Одесса, Киев, Курск, Краматорск);

¹Опросы SurveyMonkey: официальная страница // URL: <https://ru.surveymonkey.com/> (дата обращения: 13.05.2016).

3. 1 города Белоруссии (Минск).

Большинство участников, прошедших опрос проживают в Москве и Московской области, а также в Уральском федеральном округе (Екатеринбург, Челябинск, Нижний Тагил, Магнитогорск). Всего в опросе приняли участие 223 респондента, в возрасте от 14 до 44 лет (см. Приложение Д, рисунок Д.1).

На вопрос, какие издания вы читаете, большинство участников ответило, что предпочитают качественные издания (58,06% – 108 человек), массовые издания предпочло меньшее количество участников (41,94% – 78 человек)(см. Приложение Д, рисунок Д.2).

Предпочтения женщин и мужчин при выборе издания отличаются, это прослеживается на рисунке 3.1:

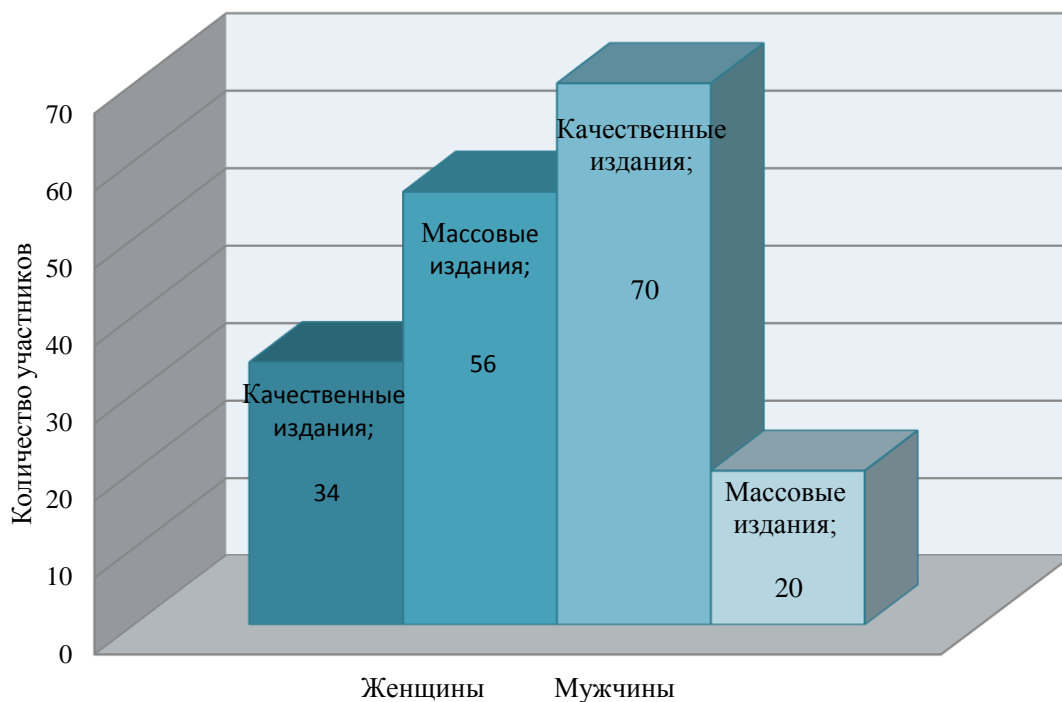


Рисунок 3.1 –Предпочтения женщин и мужчин при выборе издания

1. Женщины: качественные издания (34 участника), массовые (56 участников);
2. Мужчины: качественные издания (70 участников), массовые (20 участников).

Было отмечено, что на вопрос о предпочтении качественного или массового издания ответило равное количество участников, по 90 человек. Отсюда следует вывод, что мужчины более склонны к качественным изданиям, в отличие от женщин, большинство которых выбрали массовые издания.

К печатной версии издания на сегодняшний день обращается лишь малая часть опрошенных, это 23,91% – 44 человека, из них 14 женщин и 32 мужчины. Интернет издания набирают все большую популярность среди читателей, привлекая разнообразием контента и удобством использования гиперссылок и прочими возможностями мультимедиа, 76,09% – 140 человек (74 женщины, 58 мужчин) (см. Приложение Д, рисунок Д.3). Соответственно при большей популярности интернет изданий, читатели все меньше стали использовать подписку на печатные издания, что показано на рисунке 3.2:

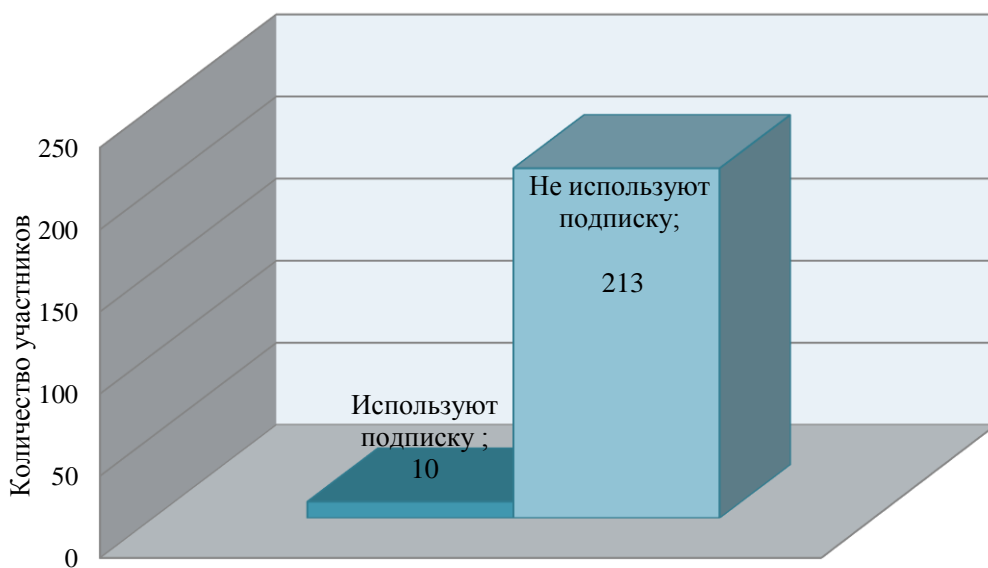


Рисунок 3.2 – Использование подписки на издания

По данным опроса издания выписывают лишь 10 человек (6 женщин, 4 мужчины) из 223 опрошенных, так как многие считают, что более оперативную и нужную информацию можно найти в интернет ресурсах, нежели выписывать печатные издания по почте.

В основном, при обращении к изданиям аудитория предпочитает видеть новостную информацию (75,86%), на втором месте – развлекательная информация (47,13%), третье место по популярности занимают аналитические материалы (36,78%), и лишь 16 участников (9,20%) предпочитают видеть общеобразовательную информацию со смысловой нагрузкой (см. Приложение Д, рисунок Д.4).

При прочтении материала, больше всего аудитория склоняется к фактам (67,06%), официальным источникам и документам (56,47%), экспертным мнениям и оценкам (31,76%) (см. Приложение Д, рисунок Д.5). А наиболее важными характеристиками документа, как источника информации, аудитория считает достоверность (81,71%), объективность (51,22%), актуальность (50,00%), своевременность (25,61%) и релевантность (7,32%) (см. Приложение Д, рисунок Д.6).

Документ как источник информации важен именно для качественных изданий, так как качественные издания основываются на достоверности и официальности полученной информации. Особенностью работы журналиста с документами является непредвзятость подачи информации, внимательность к фактам, профессиональная систематизация и анализ, а также перекрёстные ссылки на разные источники и мнения.

Проведенное исследование показало, что на сегодняшний день содержание качественных изданий не в полной мере удовлетворяет аудиторию. Участники опроса, считают, что в материалах содержится мало непредвзятости, кому то не хватает правды и объективности в статьях. Но в целом, обращаясь к качественным изданиям, большинство участников получают актуальную для них информацию с соответствующим ожиданиям набором характеристик. А именно достоверность, объективность, актуальность и своевременность. Качественная пресса имеет определенный круг читателей, которые продолжают и будут обращаться к качественным изданиям.

В опросе участвовала разная аудитория, люди, которые предпочитают массовые издания, и те, кто привык обращаться к качественным. Но, не смотря на разнообразие мнений и доводов, заметна тенденция обращения аудитории к достоверной и объективной информации, а такая информация характеризует качественную прессу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вызовы времени диктуют необходимость изучения специфики печатных изданий, при этом журналист должен уделять особое внимание работе с источниками информации. Аудитория ждет от качественных изданий аналитичности, достоверности и объективности, а также компетентных мнений экспертов. Именно поэтому важно, чтобы публикации имели эффективное воздействие на аудиторию и помогали в принятии решений или построении прогнозов.

В рамках выпускной квалификационной работы были решены поставленные задачи. В результате изучения работ отечественных и зарубежных теоретиков и практиков журналистики было определено, что на сегодняшний день при написании журналистских текстов корреспонденты качественных изданий применяют эмпирические методы, такие как методы проработки документов, контент-анализ и беседа. Также при подготовке материала журналисты используют методы конкретных социологических исследований, это опрос и интервью. И конечно, теоретические методы, в них входят метод анализа и синтеза, гипотетический метод. Выбор методов по сбору информации всегда зависит от темы, которую хочет раскрыть журналист в тексте.

Также было выявлено, какими источниками информации чаще всего пользуются журналисты качественных изданий. Такие исследователи как Г.В. Лазутина, С.Г. Корконосенко, М.Н. Ким и некоторые другие, выделили типологию, в которую входят документ, предметно-вещественная среда и человек. Помимо традиционных источников информации, журналисты также используют различные системы информирования: брифинги, презентации, пресс-конференции, пресс-релизы и другие.

Для предоставления в качественных изданиях официальной информации, журналисты обращаются к представителям органов власти. При подготовке практической части было осуществлено собственное исследование, в ходе

которого была проведена беседа с референтом ГУ МВД по Челябинской области А.Р. Габбазовым. В ходе беседы было уточнено, каким образом журналисты сотрудничают с правоохранительными органами и какую информацию получают от них.

В рамках выпускной квалификационной работы были рассмотрены особенности массовых и качественных изданий, выявлены их сходство и отличия. Полученные сведения описаны и вынесены в Приложения А и Г. Также были проанализированы особенности развития качественной прессы в России и за рубежом и сделан вывод, что за последние десятилетия качественная пресса претерпела значительные изменения. Прежде всего, это связано с развитием сети интернет. Многие качественные издания на сегодняшний день имеют онлайн-версии, которые отличаются от печатных изданий тем, что располагают уникальными возможностями, связанными с мультимедийностью, оперативностью, интерактивностью и гипертекстуальностью. Но, несмотря на то, что тиражи изданий в последнее время сокращаются, качественная пресса, остается востребованной. Люди, заинтересованные в аналитической, достоверной и экспертной информации, продолжают читать качественные издания.

В практической части были проанализированы методы работы с источниками информации в федеральных и региональных качественных изданиях на примере «Коммерсантъ», «Ведомости» и «Российская газета»; «Южноуральская панорама», «Парламентская неделя» и «Вечерний Челябинск». После проведенного анализа было определено, что работа с методами по сбору сведений и источниками информации, в этих изданиях имеет схожие черты.

Все качественные издания предоставляют только проверенную и достоверную информацию, поэтому опираются на надежные источники, скрупулезно проверяя факты и документы, при подготовке материала. Так как в качестве источников информации эти издания используют представителей органов власти, а также различные законопроекты, информация сама по себе становится достоверной и актуальной. Также в качестве источников информации можно выделить ссылки

на издания, например региональные могут ссылаться на федеральные издания, и наоборот.

После того, как были изучены качественные федеральные и региональные издания, и определено, что они имеют схожие черты в использовании методов по сбору сведений и использованию источников информации, была проведена беседа с корреспондентами качественных изданий «Южноуральская панорама» и «Деловой квартал». Целью беседы стало закрепление полученных результатов в ходе изучения качественных изданий. Также было уточнено, каким образом осуществляют свою деятельность корреспонденты этих изданий, какими методами пользуются лично и какие источники используют в своей работе.

Проведенный анализ контента федеральных качественных изданий и региональных изданий Челябинской области, выявил необходимость исследования степени соответствия контента качественных изданий ожиданиям аудитории. В ходе исследования было выяснено, соответствует ли контент качественных изданий ожиданиям аудитории, для этого был проведен опрос аудитории, в котором приняли участие жители 34 разных городов (России, Украины, Белоруссии), в количестве 223 человек.

По результатам опроса аудитории было выявлено, что в публикациях не хватает непредвзятости, правды и объективности. Но большинство участников отметило, что обращаясь к качественным изданиям, они получают актуальную для них информацию с ожидаемым набором характеристик, таких как достоверность, объективность и своевременность. Опрос был проведен среди аудитории, которая обращается не только к качественным изданиям, но и к массовым. Но, не смотря на разнообразие мнений и доводов, четко прослеживается тенденция обращения аудитории к достоверной и объективной информации, которая отвечает критериям качественной прессы.

В дальнейшем кажется перспективным более подробно рассмотреть аспект восприятия аудиторией содержания качественных изданий. На основании полученных данных, можно отметить, что на сегодняшний день аудитория не в

полной мере удовлетворена содержанием контента качественных СМИ. Исходя из этого, требует глубокого изучения смысловое наполнение качественных изданий, а также степень объективности и непредвзятости при написании журналистских текстов.

Подводя общий итог проделанной работе, можно предположить, что результаты, полученные в ходе исследования, могут найти применение в практике социологических исследователей, руководителей масс-медиа, а также будут полезны журналистам, работающим в качественных изданиях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акопов, А.И. Периодические издания: учебно-методическое пособие для студентов-журналистов / А.И. Акопов. – 2-е изд. – Ростов-на-Дону: Изд-во Книга, 1999. – 91 с.
2. Битков, Л.А. Практическое использование социальных сетей специалистами по PR / Л.А. Битков // URL: <http://su0.ru/BSsa>(дата обращения: 21.06.2014).
3. Блогеров с аудиторией от 3 тысяч решили приравнять к СМИ // URL: <https://tjournal.ru/p/blogger-equals-smi> (дата обращения: 04.03.2016).
4. Богданова, Е.М. Газета Русские ведомости как образец качественной прессы в к. XIX – н. XX вв. / Е.М. Богданова // Молодой ученый. – 2011. – №8. Т. 2. – С. 163–166.
5. Большая советская энциклопедия: 3-е изд. / под ред. А.М. Прохорова. – М.: 2008. – 3500 с.
6. Большой толковый словарь русского языка / под ред. С.А. Кузнецова – СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.
7. Ведомости – ежедневная деловая газета // URL: <http://su0.ru/XEYu> (дата обращения: 05.05.2016).
8. Ведомости:официальный сайт издания // URL: www.vedomosti.ru (дата обращения: 05.05.2016).
9. Вечерний Челябинск: официальный сайт издания // URL: <http://vecherka.su/> (дата обращения: 12.05.2016).
10. Все популярные блоги приравняли к СМИ // URL: <http://su0.ru/UeDd>(дата обращения: 04.03.2016).
11. Вороненкова, Г.Ф. Типологические модели газетно-журнальной периодики ФРГ / Г.Ф. Вороненкова // URL: <http://su0.ru/S0zl>(дата обращения: 29.02.2016).
12. Ворошилов, В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – 2-е изд. – Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 360 с.

13. Газета Вечерний Челябинск // URL: <http://su0.ru/Q6D9>(дата обращения: 12.05.2016).
14. Герцог, Г.А. Основы научного исследования: методология, методика, практика: учебное пособие / Г.А. Герцог. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. пед. ун-та, 2013. – 208 с.
15. Дэннис, Э. Беседы о масс-медиа / Э. Деннис, Дж. Мэррилл: пер. с англ. – М: Вагриус, 1997. – 384 с.
16. Еременко, А.В. Деловая пресса в России: история, типология, моделирование изданий: дис. канд. фил.наук / А.В. Еременко. – Ростов-на-дону: 2006. – 170 с.
17. Закон РФ «О средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12.1991. №2124–1 // URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения: 17.05.2016).
18. Золотова Е.С. Инфографика как способ повышения эффективности деловых интернет-СМИ / Е.С. Золотова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – №4 (144). – С. 27–32.
19. История TheTimes, появление термина «четвертая власть»; появление и развитие в Англии провинциальной прессы // URL: <http://su0.ru/Aq24>(дата обращения: 02.03.2016).
20. Источники информации в журналистике // URL: <http://su0.ru/O8XQ>(дата обращения: 03.02.2016).
21. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: Юнити–Дана, 2005. – 383 с.
22. Качественная и массовая пресса: критерии различия // URL: <http://su0.ru/FZj7>(дата обращения: 07.02.2016).
23. Кашинская, Л.В. Метод наблюдения в журналистике: учеб.пособие / Л.В. Кашинская. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – 354 с.

24. Ким, М.Н. Журналистика. Методология профессионального творчества / М.Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 496 с.
25. Коммерсантъ – ежедневная общественно-политическая газета // URL: <http://su0.ru/TI02> (дата обращения: 05.05.2016).
26. Коммерсантъ: официальный сайт издания // URL: <http://www.kommersant.ru/> (дата обращения: 05.05.2016).
27. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 287 с.
28. Корконосенко, С.Г. Основы творческой деятельности журналиста / С.Г. Корконосенко. – СПб.и Лен. обл.: Знание, 2000. – 272 с.
29. Краткий словарь литературоведческих терминов / под ред. С.В. Тураева. – М.: Просвещение. 1985. – 312 с.
30. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для вузов / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 240 с.
31. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 208 с.
32. Лозовский Б.Н. Методика сбора информации / Б.Н. Лозовский // Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: 2000. – С. 79–95.
33. Лукашевич, В.К. Философия и методология науки / В.К. Лукашевич. – Мн.: Современная школа, 2006. – 196 с.
34. Лучинский, Ю.М. Очерки истории зарубежной журналистики: учеб.пособие / Ю.М. Лучинский. – Краснодар: Изд-во Кубан. гос. ун-т, 1996. – 140 с.
35. Махонина, С.Я. История русской журналистики начала XX века: учеб.пособие / С.Я. Махонина. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 368 с.
36. Мельник, Г.С. Основы творческой деятельности журналиста: учеб.пособие / Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2004. 272 с.
37. Метод сбора информации // URL: <http://su0.ru/GP4L> (дата обращения: 11.06.2014).

38. Микешина, Л.А. Философия науки: Современная эпистемология. Научное знание в динамике культуры. Методология научного исследования / Л.А. Микешина. – М.: МПСИ Флинта, 2005. – 477с.
39. Мировые информационные агентства // URL: <http://su0.ru/Pa9P> (дата обращения: 11.06.2014).
40. Мордовская, Е.И. Деловое издание в системе периодической печати. Типообразующие факторы, характер становления и развития: дис. канд. фил.наук / Е.И. Мордовская. – М.: 1998. – 168 с.
41. Мурзин, Д.А. Очерк типологии деловой прессы / Д.А. Мурзин // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2003. – №2. – С. 64–76.
42. Назайкин, А.Н. Таблоиды наступают. И не выигрывают / А.Н. Назайкин // Медиаскоп 2007, №1 // URL: <http://www.mediascope.ru/node/193> (дата обращения: 02.03.2016).
43. Новая Парламентская неделя // URL: <http://su0.ru/XgDb>(дата обращения: 12.05.2016).
44. Об издании Российская газета // URL: <http://rossiskayagazeta.advrba.ru/> (дата обращения: 05.05.2016).
45. Олешко, В.Ф. Психология журналистики: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.Ф. Олешко. – М.: Изд-во Юрайт, 2016. – 351 с.
46. Опросы SurveyMonkey: официальная страница // URL: <https://ru.surveymonkey.com/> (дата обращения: 13.05.2016).
47. Основные информационные агентства России // URL: <http://su0.ru/Gn7a>(дата обращения: 11.06.2014).
48. Парламентская неделя – общественно-политическое издание // URL: <http://old.pressa.ru/izdanie/6435> (дата обращения: 12.05.2016).
49. Песня, Л. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности / Л. Песня // URL: <http://www.proza.ru/2013/03/17/963> (дата обращения: 11.06.2014).

50. Плутник А.А. Служители культа безличностей / А.А. Плутник // Журналистика и медиарынок №6, 2009 // URL: <http://su0.ru/VvBo>(дата обращения: 05.03.2016).
51. Профессиональный портрет в интерьере подростковой журналистики // URL: <http://su0.ru/R9wS>(дата обращения: 11.06.2014).
52. Путеводитель по журналам // URL: <http://su0.ru/FiT8>(дата обращения: 29.02.2016).
53. Рэндалл, Д. Универсальный журналист / Д. Рэндалл: пер. с англ. А.Порьяза.– СПб.: 1999. – 180 с.
54. Российская газета – ежедневное общенациональное издание // URL: <http://rg.ru/izdania/> (дата обращения: 05.05.2016).
55. Российская газета – о газете // URL: <http://rg.ru/about/> (дата обращения: 05.05.2016).
56. Российская газета:официальный сайт издания // URL: <http://rg.ru/> (дата обращения: 05.05.2016).
57. Саляхова, Н.В. Роль и место агентства Франс-Пресс в мировых информационных процессах: автореферат канд. фил.наук / Н.В. Саляхова. – М.: 2005. – 191 с.
58. Самарцев, О.Р. Творческая деятельность журналиста (очерки теории и практики): учеб пособие / О.Р. Самарцев. – 3-е изд. – М.: Академический Проект; Фонд Мир, 2014. – 528 с.
59. Система средств массовой информации России: учеб.пособие для вузов / Я.Н. Засурский, М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова и др.; под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 259 с.
60. Социология журналистики: учеб.пособие / под ред. С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 316 с.
61. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учеб.пособие / А.А. Тертычный. – М.:АспектПресс,2000.– 310 с.

62. Торопова, Е.А. Качественная пресса как фактор формирования имиджа России: дис. канд. фил.наук / Е.А. Торопова. – М.: 2010. – 209 с.
63. Федеральное информационное агентство Мосинформбюро. Информационное агентство в современном мире // URL: <http://su0.ru/VrxO>(дата обращения: 11.06.2014).
64. Филатова, И.М. Печатная и онлайн-версии газеты TheTimesofIndia как наиболее успешный пример использования возможностей конвергенции на медиарынке Индии / И.М. Филатова // Медиаскоп 2011, №2 // URL: <http://www.mediascope.ru/node/828> (дата обращения: 29.02.2016).
65. Характер источников информации (структура информационной среды) // URL: <http://su0.ru/NhgG>(дата обращения: 11.06.2014).
66. Черникова, Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб.пособие / Е.В. Черникова. – М.: Гардарики, 2005. – 414 с.
67. Шестерина, А.М. Психология журналистики: в 2 ч. / А.М. Шестерина. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2011. – Ч. 1. – 190 с.
68. Шумилина, Т.В. Методы сбора информации в журналистике: учебно-методическое пособие / Т.В. Шумилина. – М.: Изд-во МГУ, 1983. – 80 с.
69. Южноуральская панорама – официальное издание Правительства и Законодательного Собрания Челябинской области // URL: <http://up74.ru/advertiser/> (дата обращения: 05.05.2016).
70. Южноуральская панорама: официальный сайт издания // URL: <http://up74.ru/> (дата обращения: 05.05.2016).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Базак, О. Украина опять перешла к горячей фазе противостояния / О. Базак, Е. Петухова // URL: <http://su0.ru/W7wD> (дата обращения: 14.06.2014).
2. Ваганов, А. Газификация охватывает область / А. Ваганов // URL: <http://su0.ru/D3tl> (дата обращения: 04.05.2016).
3. Варсегов, Н. Отец детей-отшельников: Помогите мне вырвать малышей из голодного ада / Н. Варсегов, Н. Варсегова // URL: <http://www.kp.ru/daily/26147/3036767/> (дата обращения: 24.10.2013).
4. Великая, О. Агрокомитет принял решения в поддержку селян / О. Великая // URL: <http://su0.ru/WeaD> (дата обращения: 04.05.2016).
5. Верный, М. Трагедия на фестивале в Челябинске: упавшими деревьями убило несколько человек / М. Верный // URL: <http://su0.ru/TW97> (дата обращения: 14.06.2014).
6. Воздвиженская, А. ЦБ поставил рубль на место / А. Воздвиженская, Т. Фомченков // URL: <http://rg.ru/2015/05/05/rubl.html> (дата обращения: 02.04.2016).
7. Гайнуллин, М. Новое открытие Мусы Джалила / М. Гайнуллин // URL: <http://su0.ru/O878> (дата обращения: 04.05.2016).
8. Голлай, И. В Челябинской области ураган убил гостей Ильменского фестиваля / И. Голлай // URL: <http://www.kp.ru/daily/26241.7/3124439/> (дата обращения: 14.06.2014).
9. Гусенко, М. Платить не меньше ста рублей в час / М. Гусенко // URL: <http://su0.ru/E4it> (дата обращения: 02.04.2016).
10. Девятов, И. Южный Урал соберет эффективные технологии в банк ЖКХ / И. Девятов // URL: <http://vecherka.su/articles/economic/119001/> (дата обращения: 05.05.2016).
11. Демидюк, Н. Сравнивший Путина с шахматистом президент Чехии неожиданно призвал отменить въездные визы для россиян / Н. Демидюк // URL:

<http://su0.ru/U2Z8> (дата обращения: 20.06.2014).

12. Добрынина, Е. Рабочая полночь / Е. Добрынина // URL: <http://rg.ru/2016/01/11/rabota.html> (дата обращения: 02.04.2016).

13. Долгополова, Е. Желаемое сделать реальностью / Е. Долгополова // URL: <http://su0.ru/J8s5> (дата обращения: 04.05.2016).

14. Домчева, Е. Вступает в силу сегодня / Е. Домчева // URL: <http://rg.ru/2015/07/01/tarif.html> (дата обращения: 02.04.2016).

15. Домчева, Е. Кто в доме хозяин / Е. Домчева // URL: <http://su0.ru/BN83> (дата обращения: 02.04.2016).

16. Дуленкова, А. Безвредные пищевые поправки / А. Дуленкова // URL: <http://su0.ru/R8j7> (дата обращения: 03.04.2016).

17. Еремина, А. Первоапрельский карточный долг / А. Еремина, Т. Воронова // URL: <http://su0.ru/JS5z> (дата обращения: 17.04.2016).

18. Жандарова, И. Споры по кадастру / И. Жандарова // URL: <http://su0.ru/W11H> (дата обращения: 02.04.2016).

19. Замахина, Т. Своих не бросаем / Т. Замахина // URL: <http://rg.ru/2015/01/16/sovfed.html> (дата обращения: 02.04.2016).

20. Козлова, Н. Свеча на мосту / Н. Козлова, М. Фалалеев // URL: <http://rg.ru/2015/03/02/nehtmlmcof> (дата обращения: 02.04.2016).

21. Колесников, А. Дозсовет / А. Колесников // URL: <http://su0.ru/OW7R> (дата обращения: 03.04.2016).

22. Корня, А. МГУ вместо «Сколково» / А. Корня // URL: <http://su0.ru/S4OF> (дата обращения: 17.04.2016).

23. Котова, К. Порошенко запустил «мирный план»: прекращение огня на неделю, ополченцам предъявлен ультиматум / К. Котова // URL: <http://su0.ru/RZP1> (дата обращения: 20.06.2014).

24. Крючкова, Е. Деловой климат смягчат антикризисным планом / Е. Крючкова, Д. Николаева // URL: <http://su0.ru/ZPvb> (дата обращения: 03.04.2016).

25. Кувшинова, О. Минфин предлагает не индексировать пенсии по инфляции

/ О. Кувшинова, М. Папченкова, Ф. Стеркин // URL: <http://su0.ru/F92i> (дата обращения: 17.04.2016).

26. Кувшинова, О. Пятнадцать лет застоя / О. Кувшинова, А. Прокопенко, Ф. Стеркин // URL: <http://su0.ru/ABry>(дата обращения: 17.04.2016).

27. Кунле, М. Продовольственный суверенитет / М. Кунле, П. Гриценко // URL: <http://su0.ru/YJn5> (дата обращения: 17.04.2016).

28. Локшина, Ю. Дума уволила главного финансиста / Ю. Локшина, Л. Царева, М. Яковлева, С. Дементьева // URL: <http://su0.ru/Yfo9>(дата обращения: 03.04.2016).

29. Машкин, С. Дело Бориса Немцова сводится к личной мести / С. Машкин // URL: http://www.onlinegazeta.info/kommersant_online.htm (дата обращения: 03.04.2016).

30. Медведкина, Н. Мы должны оправдать надежды / Н. Медведкина // URL: <http://su0.ru/N3Jd>(дата обращения: 04.05.2016).

31. Мерцалова, А. Мир, тур, май / А. Мерцалова // URL: http://www.onlinegazeta.info/kommersant_online.htm (дата обращения: 03.04.2016).

32. Озерова, М. Блогеры, сушите сухари! За призыв к экстремизму в Интернете можно будет загреметь в зону на 5 лет / М. Озерова // URL: <http://su0.ru/KOMF> (дата обращения: 20.06.2014).

33. Олиферчук, В. В феврале любимой детской поэтессе Советского Союза исполнилось 110 лет / В. Олиферчук // URL: <http://su0.ru/QMxx>(дата обращения: 05.05.2016).

34. Олиферчук, В. На Южном Урале собираются ученые и библиотекари со всей страны / В. Олиферчук // URL: <http://vecherka.su/articles/society/116216/> (дата обращения: 05.05.2016).

35. Папченкова, М. На выбор Путина / М. Папченкова, А. Прокопенко, П. Козлов, Ф. Стеркин // URL: <http://su0.ru/MaJ1> (дата обращения: 17.04.2016).

36. Перов, Л. Две десятки за проезд / Л. Перов // URL: <http://su0.ru/O7td>(дата обращения: 04.05.2016).

37. Пескова, Л. Челябинцы заняли пятое место в России по объему покупок в Интернет-магазинах / Л. Пескова // URL: <http://www.kp.ru/online/news/1761752/> (дата обращения: 14.06.2014).
38. Сальников, Л. Бизнес начинается с каникул / Л. Сальников // URL: <http://su0.ru/L8ta> (дата обращения: 04.05.2016).
39. Сафин, Р. Ключи от квартир / Р. Сафин // URL: <http://su0.ru/Jl5g> (дата обращения: 04.05.2016).
40. Таран, С. Возможности и риски для Челябинской области, связанные со строительством Томинского ГОКа / С. Таран // URL: <http://su0.ru/Hm5I> (дата обращения: 05.05.2016).
41. Таран, С. «Отважное сердце» будет биться в Челябинске 9 Мая / С. Таран // URL: <http://su0.ru/Cfl2> (дата обращения: 05.05.2016).
42. Таран, С. Пикеты в Челябинске. Там, где можно кричать / С. Таран // URL: <http://su0.ru/Nnfk> (дата обращения: 05.05.2016).
43. Трутнев, О. Удар по пачкам / О. Трутнев // URL: http://www.onlinegazeta.info/kommersant_online.htm (дата обращения: 03.04.2016).
44. Трушников, А. Мы не догматики / А. Трушников // URL: <http://ru.calameo.com/read/002163229c48d29f4d5cc> (дата обращения: 04.05.2016).
45. Фадеев, Л. Андроид вместо человека / Л. Фадеев // URL: <http://ru.calameo.com/read/002163229b0f873ba2a35> (дата обращения: 04.05.2016).
46. Фадеев, Л. Бизнес навигация / Л. Фадеев // URL: <http://su0.ru/DOjH> (дата обращения: 04.05.2016).
47. Фирсанова, Н. Кто уйдет на надзорные каникулы / Н. Фирсанова // URL: <http://su0.ru/X2n1> (дата обращения: 04.05.2016).
48. Чуракова, О. Штрафовать сможет каждый / О. Чуракова // URL: <http://su0.ru/Z0B5> (дата обращения: 17.04.2016).
49. Шучалина, Д. Три взрыва на «Северной» / Д. Шучалина, С. Александров // URL: http://www.onlinegazeta.info/kommersant_online.htm (дата обращения: 03.04.2016).

50. Эппле, Н. Уход или реформа / Н. Эппле // URL: <http://su0.ru/G3wC>(дата обращения: 17.04.2016).
51. Яббарова, И. Владимир Мякуш: эффективных котельных стало больше / И. Яббарова // URL: http://www.zs74.ru/sites/default/files/pn_1407_1.pdf (дата обращения: 04.05.2016).
52. Яббарова, И. Депутаты поддержали бизнес налоговыми каникулами / И. Яббарова // URL: <http://su0.ru/A4eh>(дата обращения: 04.05.2016).
53. Яббарова, И. Молодежная политика: смысл и действия / И. Яббарова // URL: <http://su0.ru/8b6e>(дата обращения: 04.05.2016).
54. Яббарова, И. Челябинские полицейские ликвидировали незаконные автомобильные парковки / И. Яббарова // URL: <http://su0.ru/Ldqw>(дата обращения: 05.05.2016).
55. Яббарова, И. Юбилей детского дома / И. Яббарова // URL: <http://su0.ru/Z8k1>(дата обращения: 04.05.2016).
56. Яббарова, И. 26 августа состоялось последнее заседание депутатов Законодательного собрания Челябинской области пятого созыва / И. Яббарова // URL: <http://vecherka.su/articles/policy/115673/> (дата обращения: 05.05.2016).

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Отличия массовой периодики от качественной

Критерий	Качественная пресса	Массовая пресса
Аудитория	Узкий круг читателей	Обширная аудитория
Цель обращения аудитории	Получение экономическую, политическую и иную информацию делового значения	Получение информации по социально-значимым проблемам, информации развлекательного характера
Типологические особенности прессы	Аналитичность, достоверность, объективность, независимость суждений, широкая представительность мнений	Отсутствие аналитичности, простой для восприятия язык, развлекательный и справочный характер информации (анекдоты, кроссворды, программа телепередач и объявления)
Количество выпускаемых тиражей	Тиражи достигают сотни тысяч экземпляров	Тиражи достигают более миллиона экземпляров
Цена номера и цена подписки	Цена подписки от 3000 до 30 тысяч руб/год. Цена номера 100–200 руб.	Бесплатно. Цена подписки в среднем от 100 до 2000 руб/год. Цена номера от 20 руб.
Степень распространения изданий	Централизованные точки торговли. Подписка	Бесплатно в метро, у подземных переходов, по почте. Точки розничной торговли
Тематика и тон публикаций	Освещение политических, экономических и деловых тем. Спокойный тон публикаций	Освещение сенсаций, социально-значимых тем. Экспрессивность, интригующие заголовки, большой иллюстративный ряд и различные приемы привлечения аудитории

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Методы работы с информацией в федеральных качественных изданиях

«Российская газета»

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
16.01.2015 №6577, «Своих не бросаем ¹ »	Татьяна Замахина	Контент-анализ, проработка документов, социологические исследования, беседа	Документы, заседание комитета общественной поддержки жителей юго-востока Украины, представители органов власти
02.03.2015 №6613, «Свеча на мосту ² »	Наталья Козлова, Михаил Фалалеев	Контент-анализ, проработка документов, интервью, гипотетический метод	Спецслужбы, представители органов власти, видеоматериалы, беседа с представителем Следственного комитета России Владимиром Маркиным
05.05.2015 №6665, «ЦБ поставил рубль на место ³ »	Александра Воздвиженская, Тарас Фомченков	Контент-анализ, гипотетический метод, интервью, проработка документов	Банк России, беседа с экономическими экспертами и интервью с финансовым аналитиком Сергеем Суверовым

¹Замахина, Т. Своих не бросаем / Т. Замахина // URL: <http://rg.ru/2015/01/16/sovfed.html> (дата обращения: 02.04.2016).

²Козлова, Н. Свеча на мосту / Н. Козлова, М. Фалалеев // URL: <http://rg.ru/2015/03/02/nehtmlmsov> (дата обращения: 02.04.2016).

³Воздвиженская, А. ЦБ поставил рубль на место / А. Воздвиженская, Т. Фомченков // URL: <http://rg.ru/2015/05/05/rubl.html> (дата обращения: 02.04.2016).

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
01.07.2015 №6712, «Вступает в силу сегодня ¹ »	Елена Домчева	Контент-анализ, проработка документов, социологические исследования	Мнения экспертов, Федеральная Служба по тарифам, документы, Постановление Правительства Российской Федерации от 22 июня 2015 г. №610 г. Москва «О федеральных стандартах оплаты жилого помещения и коммунальных услуг на 2015–2017 годы»
11.01.2016 №6869, «Рабочая полночь ² »	Екатерина Добрынина	Контент-анализ, социологические исследования, опрос	Мнения экспертов, ИС РАН, директор Института социологии РАН Михаил Горшков, кандидат философских наук, руководитель Центра комплексных социальных исследований ИС РАН Владимир Петухов и доктор социологических наук, главный научный сотрудник ИС РАН Наталья Тихонова
10.02.2016 №6895, «Кто в доме хозяин ³ »	Елена Домчева	Контент-анализ, беседа, Социологические исследования, опрос	Министр строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ Михаил

¹Домчева, Е. Вступает в силу сегодня / Е. Домчева // URL: <http://rg.ru/2015/07/01/tarif.html>(дата обращения: 02.04.2016).

²Добрынина, Е. Рабочая полночь / Е. Добрынина // URL: <http://rg.ru/2016/01/11/rabota.html>(дата обращения: 02.04.2016).

³Домчева, Е. Кто в доме хозяин / Е. Домчева // URL: <http://su0.ru/BN83>(дата обращения: 02.04.2016).

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
			Мень, государственные организации
16.03.2016 №6922, «Платить не меньше ста рублей в час ¹ »	Марина Гусенко	Контент-анализ, гипотетический метод, проработка документов	Государственные организации, пояснительные записки законопроектов, документ, мнения экспертов
01.04.2016 №6937, «Споры по кадастру ² »	Ирина Жандарова	Контент-анализ, проработка документов, беседа	Вадим Засько, директор Института налогового менеджмента и экономики недвижимости ВШЭ, государственные организации, представители органов власти

¹Гусенко, М. Платить не меньше ста рублей в час / М. Гусенко // URL: <http://su0.ru/E4it>(дата обращения: 02.04.2016).

²Жандарова, И. Споры по кадастру / И. Жандарова // URL: <http://su0.ru/W11H>(дата обращения: 02.04.2016).

«Коммерсантъ»

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
28.02.2015 №35 (5545), «Дума уволила главного финансиста ¹ »	Юлия Локшина, Любовь Царева, Мария Яковлева, Светлана Дементьева	Контент-анализ, беседа, проработка документов	Представители органов власти, глава фракции «Единая Россия», вице-спикер нижней палаты Госдумы Владимир Васильев, государственные организации
30.04.2015 №77 (5587), «Безвредные пищевые поправки ² »	Анастасия Дуленкова	Контент-анализ, проработка документов, беседа	Проект поправок к закону «О торговле», государственные организации, Минпромторг
18.06.2015 №105 (5615), «Дозсовет ³ »	Андрей Колесников	Контент-анализ, беседа, наблюдение, социологические исследования	Заседание президиума Госсвета, представители органов власти
09.09.2015 №164 (5674), «Дело Бориса Немцова сводится к личной мести ⁴ »	Сергей Машкин	Контент-анализ, беседа, проработка документов	Представители органов власти, следственный комитет
26.01.2016 №11 (5761), «Удар по пачкам ⁵ »	Олег Трутнев	Контент-анализ, проработка документов, беседа, социологические исследования, опрос	Государственные организации, документ, представители органов власти
29.02.2016	Дарья	Контент-анализ,	Государственные

¹Локшина, Ю. Дума уволила главного финансиста / Ю. Локшина, Л. Царева, М. Яковлева, С. Дементьева // URL: <http://su0.ru/Yfo9>(дата обращения: 03.04.2016).

²Дуленкова, А. Безвредные пищевые поправки / А. Дуленкова // URL: <http://su0.ru/R8j7>(дата обращения: 03.04.2016).

³Колесников, А. Дозсовет / А. Колесников // URL: <http://su0.ru/OW7R>(дата обращения: 03.04.2016).

⁴Машкин, С. Дело Бориса Немцова сводится к личной мести / С. Машкин // URL: http://www.onlinegazeta.info/kommersant_online.htm(дата обращения: 03.04.2016).

⁵Трутнев, О. Удар по пачкам / О. Трутнев // URL: http://www.onlinegazeta.info/kommersant_online.htm(дата обращения: 03.04.2016).

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
№33/П (5783), «Три взрыва на "Северной" ¹ »	Шучалина, Сергей Александров	беседа, проработка документов	организации, МЧС, следственный комитет
31.03.2016 №54 (5804), «Деловой климат смягчат антикризисным планом ² »	Евгения Крючкова, Дарья Николаева	Контент-анализ, проработка документов	Пресс-служба президента РФ, представители органов власти, документы
13.04.2016 №63 (5813), «Мир, тур, май ³ »	Александра Мерцалова	Контент-анализ, социологические исследования, проработка документов	Документы, государственные организации, ассоциация туроператоров России

¹Шучалина, Д. Три взрыва на «Северной» / Д. Шучалина, С. Александров // URL: http://www.onlinegazeta.info/kommersant_online.htm(дата обращения: 03.04.2016).

²Крючкова, Е. Деловой климат смягчат антикризисным планом / Е. Крючкова, Д. Николаева // URL: <http://su0.ru/ZPvb>(дата обращения: 03.04.2016).

³Мерцалова, А. Мир, тур, май / А. Мерцалова // URL: http://www.onlinegazeta.info/kommersant_online.htm(дата обращения: 03.04.2016).

«Ведомости»

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
14.01.2015 №3749 «Уход или реформа ¹ »	Николай Эппле	Контент-анализ, проработка документов, социологические исследования, гипотетический метод	Документ, экспертные мнения
26.03.2015 №3798 «Первоапрельский карточный долг ² »	Анна Еремина, Татьяна Воронова	Контент-анализ, проработка документов, беседа	Документы, государственные организации, сотрудники банков, замминистра финансов Алексей Моисеев
20.05.2015 №3834 «Минфин предлагает не индексировать пенсии по инфляции ³ »	Ольга Кувшинова, Маргарита Папченкова, Филипп Стеркин	Контент-анализ, беседа, документы, социологические исследования	Минфин, замминистра финансов Максим Орешкин, представители органов власти, государственные организации, проработка документов
18.09.2015 №3920 «Продовольственный суверенитет ⁴ »	Мария Кунле, Полина Гриценко	Контент-анализ, беседа, проработка документов, социологические исследования	Минсельхоз, представители органов власти, документы, информационное агентство «Интерфакс»

¹Эппле, Н. Уход или реформа / Н. Эппле // URL: <http://su0.ru/G3wC> (дата обращения: 17.04.2016).

²Еремина, А. Первоапрельский карточный долг / А. Еремина, Т. Воронова // URL: <http://su0.ru/JS5z> (дата обращения: 17.04.2016).

³Кувшинова, О. Минфин предлагает не индексировать пенсии по инфляции / О. Кувшинова, М. Папченкова, Ф. Стеркин // URL: <http://su0.ru/F92i> (дата обращения: 17.04.2016).

⁴Кунле, М. Продовольственный суверенитет / М. Кунле, П. Гриценко // URL: <http://su0.ru/YJn5> (дата обращения: 17.04.2016).

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
21.01.2016 №3998 «Штрафовать сможет каждый ¹ »	Ольга Чуракова	Контент-анализ, проработка документов, беседа	Представители органов власти, документы
15.02.2016 №4015 «Пятнадцать лет застоя ² »	Ольга Кувшинова, Александра Прокопенко, Филипп Стеркин	Контент-анализ, социологические исследования, проработка документов	Минфин, документы, представители органов власти
09.03.2016 №4029 «МГУ вместо "Сколково" ³ »	Анастасия Корня	Контент-анализ, беседа, проработка документов	Документы, представители органов власти, минэкономразвития, государственные организации
14.04.2016 №4055 «На выбор Путина ⁴ »	Маргарита Папченкова, Александра Прокопенко, Петр Козлов, Филипп Стеркин	Контент-анализ, проработка документов, беседа	Представители органов власти, государственные организации, документы

¹Чуракова, О. Штрафовать сможет каждый / О. Чуракова // URL: <http://su0.ru/Z0B5>(дата обращения: 17.04.2016).

²Кувшинова, О. Пятнадцать лет застоя / О. Кувшинова, А. Прокопенко, Ф. Стеркин // URL: <http://su0.ru/ABry>(дата обращения: 17.04.2016).

³Корня, А. МГУ вместо «Сколково» / А. Корня // URL: <http://su0.ru/S40F>(дата обращения: 17.04.2016).

⁴Папченкова, М. На выбор Путина / М. Папченкова, А. Прокопенко, П. Козлов, Ф. Стеркин // URL: <http://su0.ru/MaJ1>(дата обращения: 17.04.2016).

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Изучение региональных качественных изданий

«Южноуральская панорама»

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
19.02.2015 №23 (3435), «Желаемое сделать реальностью ¹ »	Елена Долгополова	Контент-анализ, беседа, проработка документов, социологические исследования	Представители органов власти – глава Ашинского района Виктор Чистяков, документы
09.04.2015 №53 (3465), «Мы не догматики ² »	Андрей Трушников	Контент-анализ, беседа, гипотетический метод	Представители органов власти, государственные организации
31.10.2015 №155 (3567), «Две десятки за проезд ³ »	Леонид Перов	Контент-анализ, проработка документов	Документы, представители органов власти, государственные организации
22.12.2015 №181–182 (3593–3594), «Андроид вместо человека? ⁴ »	Лев Фадеев	Контент-анализ, гипотетический метод, беседа	Представители органов власти, Борис Дубровский, государственные организации
25.01.2016 №6 (3604), «Бизнес начинается с каникул ⁵ »	Леонид Сальников	Контент-анализ, социологические исследования, проработка документов	Документы, государственные организации, УФМС России по Челябинской области

¹Долгополова, Е. Желаемое сделать реальностью / Е. Долгополова // URL: <http://su0.ru/J8s5> (дата обращения: 04.05.2016).

²Трушников, А. Мы не догматики / А. Трушников // URL: <http://ru.calameo.com/read/002163229c48d29f4d5cc> (дата обращения: 04.05.2016).

³Перов, Л. Две десятки за проезд / Л. Перов // URL: <http://su0.ru/O7td> (дата обращения: 04.05.2016).

⁴Фадеев, Л. Андроид вместо человека / Л. Фадеев // URL: <http://ru.calameo.com/read/002163229b0f873ba2a35> (дата обращения: 04.05.2016).

⁵Сальников, Л. Бизнес начинается с каникул / Л. Сальников // URL: <http://su0.ru/L8ta> (дата обращения: 04.05.2016).

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
18.02.2016 №15 (3613), «Новое открытие Мусы Джалиля ¹ »	Марат Гайнуллин	Контент-анализ, беседа, проработка документов	Документы, государственные организации
14.03.2016 №23 (3621), «Бизнес навигация ² »	Лев Фадеев	Контент-анализ, беседа	Представители органов власти, государственные организации
07.04.2016 №31 (3629), «Ключи от квартир ³ »	Руслан Сафин	Контент-анализ, проработка документов, беседа	Представители органов власти, государственные организации, документы

¹Гайнуллин, М. Новое открытие Мусы Джалиля / М. Гайнуллин // URL: <http://su0.ru/O878>(дата обращения: 04.05.2016).

²Фадеев, Л. Бизнес навигация / Л. Фадеев // URL: <http://su0.ru/DOjH>(дата обращения: 04.05.2016).

³Сафин, Р. Ключи от квартир / Р. Сафин // URL: <http://su0.ru/JI5g>(дата обращения: 04.05.2016).

«Парламентская неделя»

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
04.02.2015 №1 (370), «Депутаты поддержали бизнес налоговыми каникулами ¹ »	Ирина Яббарова	Контент анализ, проработка документов, беседа	Представители органов власти, государственные организации, документы
04.03.2015 №5 (374), «Агрокомитет принял решения в поддержку селян ² »	Оксана Великая	Контент-анализ, беседа, проработка документов, социологические исследования	Комитет Законодательного Собрания Челябинской области по аграрной политике, представители органов власти, документы
10.06.2015 №19 (388), «Молодежная политика: смысл и действия ³ »	Ирина Яббарова	Контент-анализ, проработка документов, беседа	Семинар-совещание в Москве, представители органов власти
28.10.2015 №28 (397), «Юбилей детского дома ⁴ »	Ирина Яббарова	Контент-анализ, беседа, наблюдение	Государственные организации
03.02.2016 №1 (407), «Владимир Мякуш: «Эффективных котельных стало больше ⁵ »	Ирина Яббарова	Контент-анализ, беседа, социологические исследования	Представители органов власти, государственные организации

¹Яббарова, И. Депутаты поддержали бизнес налоговыми каникулами / И. Яббарова // URL: <http://su0.ru/A4eh> (дата обращения: 04.05.2016).

²Великая, О. Агрокомитет принял решения в поддержку селян / О. Великая // URL: <http://su0.ru/WeaD> (дата обращения: 04.05.2016).

³Яббарова, И. Молодежная политика: смысл и действия / И. Яббарова // URL: <http://su0.ru/8b6e> (дата обращения: 04.05.2016).

⁴Яббарова, И. Юбилей детского дома / И. Яббарова // URL: <http://su0.ru/Z8k1> (дата обращения: 04.05.2016).

⁵Яббарова, И. Владимир Мякуш: эффективных котельных стало больше / И. Яббарова // URL: http://www.zs74.ru/sites/default/files/pn_1407_1.pdf (дата обращения: 04.05.2016).

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
02.03.2016 №5 (411), «Мы должны оправдать надежды ¹ »	Надежда Медведкина	Контент-анализ, проработка документов, беседа	Представители органов власти, обращения жителей города
06.04.2016 №9 (415), «Кто уйдет на надзорные каникулы ² »	Наталья Фирсанова	Контент-анализ, социологические исследования, проработка документов	Представители органов власти, документы
27.04.2016 №12 (418), «Газификация охватывает область ³ »	Андрей Ваганов	Контент-анализ, беседа, социологические исследования	Представители органов власти, государственные организации

¹Медведкина, Н. Мы должны оправдать надежды / Н. Медведкина // URL: <http://su0.ru/N3Jd>(дата обращения: 04.05.2016).

²Фирсанова, Н. Кто уйдет на надзорные каникулы / Н. Фирсанова // URL: <http://su0.ru/X2n1>(дата обращения: 04.05.2016).

³Ваганов, А. Газификация охватывает область / А. Ваганов // URL: <http://su0.ru/D3tI>(дата обращения: 04.05.2016).

«Вечерний Челябинск»

Номер Выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
03.07.2015 «Челябинские полицейские ликвидировали незаконные автомобильные парковки ¹ »	Ирина Яббарова	Контент-анализ, проработка документов	Представители органов власти, ГУ МВД по Челябинской области, документы
27.08.2015 «26 августа состоялось последнее заседание депутатов Законодательного собрания Челябинской области пятого созыва ² »	Ирина Яббарова	Контент-анализ, проработка документов, наблюдение	Представители органов власти, документы
24.09.2015 «На Южном Урале собираются ученые и библиотекари со всей страны ³ »	Виктория Олиферчук	Контент-анализ, беседа, проработка документов	Государственные организации, документы
30.10.2015 «Возможности и риски для Челябинской области, связанные со строительством	Сергей Таран	Контент-анализ, беседа, проработка документов	Представители органов власти, государственные организации, документы

¹Яббарова, И. Челябинские полицейские ликвидировали незаконные автомобильные парковки / И. Яббарова // URL: <http://su0.ru/Ldqw>(дата обращения: 05.05.2016).

²Яббарова, И. 26 августа состоялось последнее заседание депутатов Законодательного собрания Челябинской области пятого созыва / И. Яббарова // URL: <http://vecherka.su/articles/policy/115673/>(дата обращения: 05.05.2016).

³Олиферчук, В. На Южном Урале собираются ученые и библиотекари со всей страны / В. Олиферчук // URL: <http://vecherka.su/articles/society/116216/>(дата обращения: 05.05.2016).

Номер Выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
Томинского ГОКа ¹ »			
12.02.2016 «В феврале любимой детской поэтессе Советского Союза исполнилось 110 лет ² »	Виктория Олиферчук	Контент-анализ, проработка документов	Государственные организации, документы
14.03.2016 «Южный Урал соберет эффективные технологии в банк ЖКХ ³ »	Иван Девятов	Контент-анализ, Проработка документов, беседа	Государственные организации, документы
11.04.2016 «Пикеты в Челябинске. Там, где можно кричать ⁴ »	Сергей Таран	Контент-анализ, социологические исследования, беседа, проработка документов	Документы, местные жители, государственные организации
05.05.2016 «Отважное сердце» будет биться в Челябинске 9 Мая ⁵ »	Сергей Таран	Контент-анализ, беседа, проработка документов	Государственные организации, документы

¹Таран, С. Возможности и риски для Челябинской области, связанные со строительством Томинского ГОКа / С. Таран // URL: <http://su0.ru/Hm5I>(дата обращения: 05.05.2016).

²Олиферчук, В. В феврале любимой детской поэтессе Советского Союза исполнилось 110 лет / В. Олиферчук // URL: <http://su0.ru/QMxx>(дата обращения: 05.05.2016).

³Девятов, И. Южный Урал соберет эффективные технологии в банк ЖКХ / И. Девятов // URL: <http://vecherka.su/articles/economic/119001/>(дата обращения: 05.05.2016).

⁴Таран, С. Пикеты в Челябинске. Там, где можно кричать / С. Таран // URL: <http://su0.ru/Nnfk>(дата обращения: 05.05.2016).

⁵Таран, С. «Отважное сердце» будет биться в Челябинске 9 Мая / С. Таран // URL: <http://su0.ru/Cf12>(дата обращения: 05.05.2016).

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Анализ работы с источниками информации в региональных массовых изданиях

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
18.10.2013 «Отец детей-отшельников: Помогите мне вырвать малышей из голодного ада ¹ »	Николай Варсегов, Наталья Варсегова	Контент-анализ, проработка документов, беседа, журналистское расследование, наблюдение	Письма читателей, предметно-вещественная среда, правоохранительные органы, государственные организации, мнения очевидцев
14.06.2014 «В Челябинской области ураган убил гостей Ильменского фестиваля ² »	Ирина Голлай	Контент-анализ, беседа, наблюдение	Предметно-вещественная среда, мнения очевидцев, следственный комитет
14.06.2014 «Челябинцы заняли пятое место в России по объему покупок в Интернет-магазинах ³ »	Лидия Пескова	Контент-анализ, проработка документов, социологические исследования	Ссылка на журнал «Деловой квартал», документы
18.02.2014 «Украина опять перешла к горячей фазе противостояния ⁴ »	Олег Базак, Екатерина Петухова	Контент-анализ, наблюдение, беседа	Предметно-вещественная среда, представители органов власти, спецслужбы
14.06.2014 «Трагедия на фестивале в	Михаил Верный	Контент-анализ, проработка документов	Информационные агентства, документы

¹Варсегов, Н. Отец детей-отшельников: Помогите мне вырвать малышей из голодного ада / Н. Варсегов, Н. Варсегова // URL: <http://www.kp.ru/daily/26147/3036767/> (дата обращения: 24.10.2013).

²Голлай, И. В Челябинской области ураган убил гостей Ильменского фестиваля / И. Голлай // URL: <http://www.kp.ru/daily/26241.7/3124439/> (дата обращения: 14.06.2014).

³Пескова, Л. Челябинцы заняли пятое место в России по объему покупок в Интернет-магазинах / Л. Пескова // URL: <http://www.kp.ru/online/news/1761752/> (дата обращения: 14.06.2014).

⁴Базак, О. Украина опять перешла к горячей фазе противостояния / О. Базак, Е. Петухова // URL: <http://su0.ru/W7wD> (дата обращения: 14.06.2014).

Номер выпуска, название статьи	Журналист	Методы сбора информации	Источники информации
Челябинске: упавшими деревьями убило несколько человек ¹ »			
20.06.2014 «Порошенко запустил "мирный план": прекращение огня на неделю, ополченцам предъявлен ультиматум ² »	Кира Котова	Контент-анализ, проработка документов, беседа	Представители органов власти, документы, пресс-служба украинского президента
20.06.2014 «Блогеры, сушите сухари! За призыв к экстремизму в Интернете можно будет загреметь в зону на 5 лет ³ »	Марина Озерова	Контент-анализ, проработка документов, беседа	Документы, правоохранительные органы, ссылки на законы
20.06.2014 «Сравнивший Путина с шахматистом президент Чехии неожиданно призвал отменить въездные визы для россиян ⁴ »	Наталья Демидюк	Контент-анализ, беседа, проработка документов	Представители органов власти, документы

¹Верный, М. Трагедия на фестивале в Челябинске: упавшими деревьями убило несколько человек / М. Верный // URL: <http://su0.ru/TW97>(дата обращения: 14.06.2014).

²Котова, К. Порошенко запустил «мирный план»: прекращение огня на неделю, ополченцам предъявлен ультиматум / К. Котова // URL: <http://su0.ru/RZP1>(дата обращения: 20.06.2014).

³Озерова, М. Блогеры, сушите сухари! За призыв к экстремизму в Интернете можно будет загреметь в зону на 5 лет / М. Озерова // URL: <http://su0.ru/KOMF>(дата обращения: 20.06.2014).

⁴Демидюк, Н. Сравнивший Путина с шахматистом президент Чехии неожиданно призвал отменить въездные визы для россиян / Н. Демидюк // URL: <http://su0.ru/U2Z8>(дата обращения: 20.06.2014).

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Ожидания аудитории относительно качественных изданий

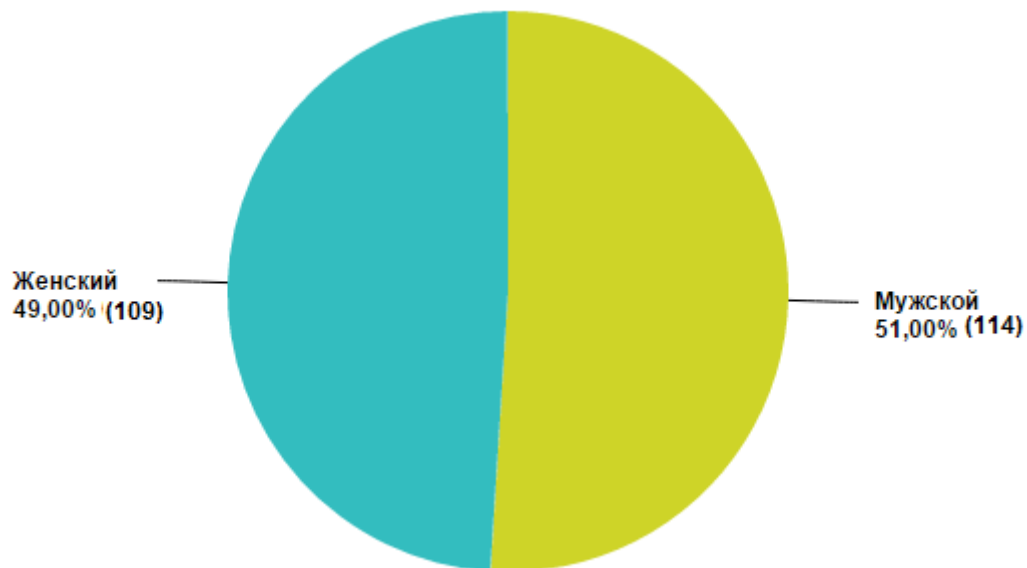


Рисунок Д.1– Количество участников опроса

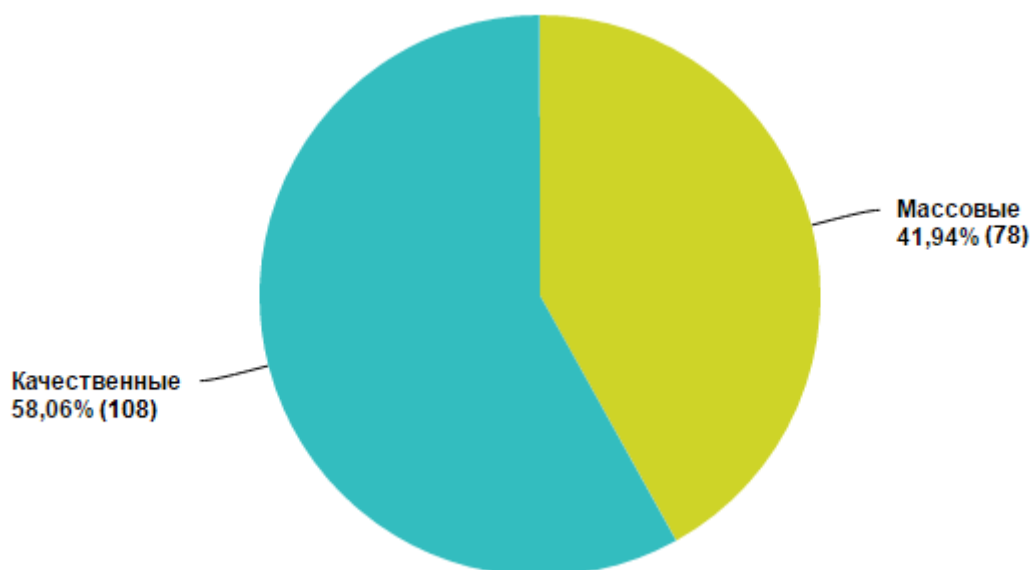


Рисунок Д.2– Предпочтения аудитории относительно выбора издания

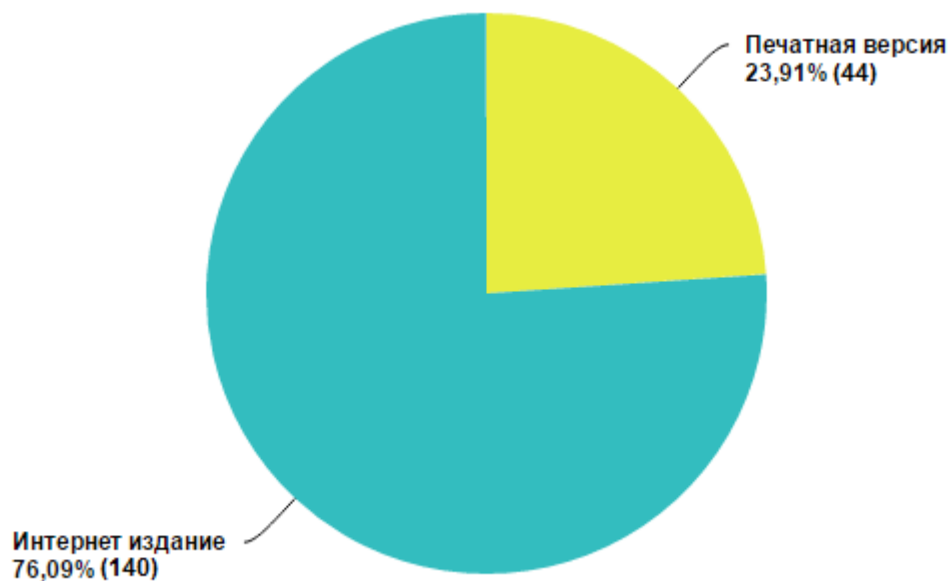


Рисунок Д.3– Выбор издания по типу распространения

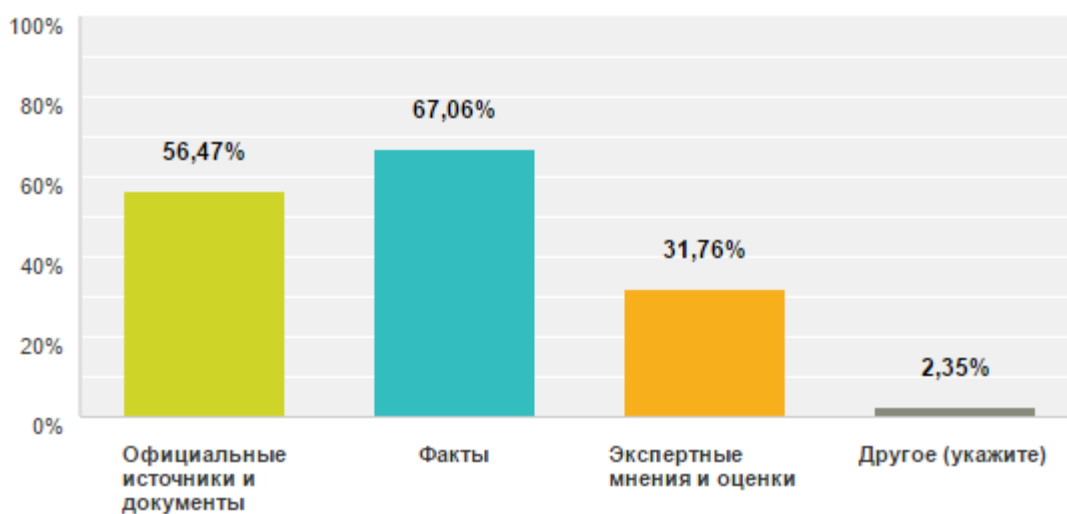


Рисунок Д.4– Склонность аудитории к тем или иным элементам при обращении к качественным изданиям

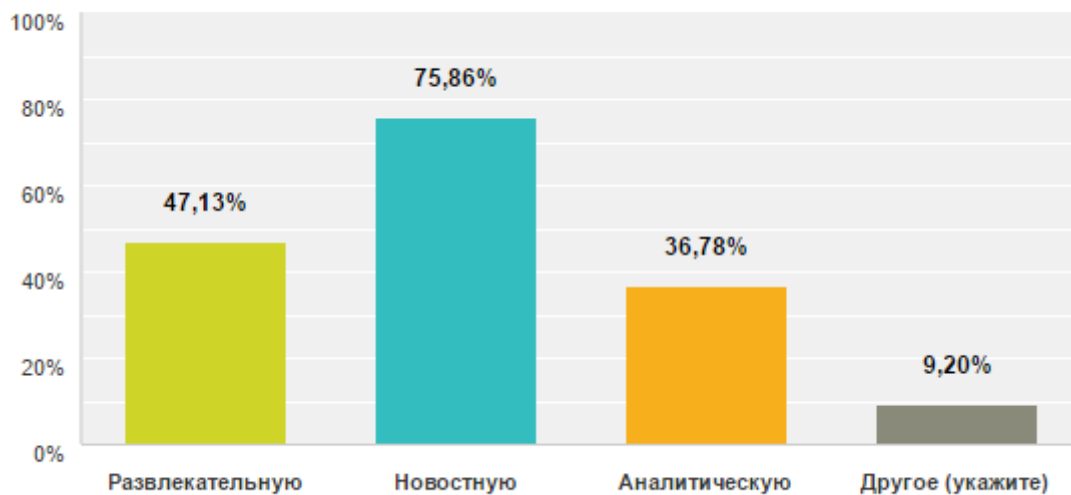


Рисунок Д.5– Предпочтения аудитории при выборе информации

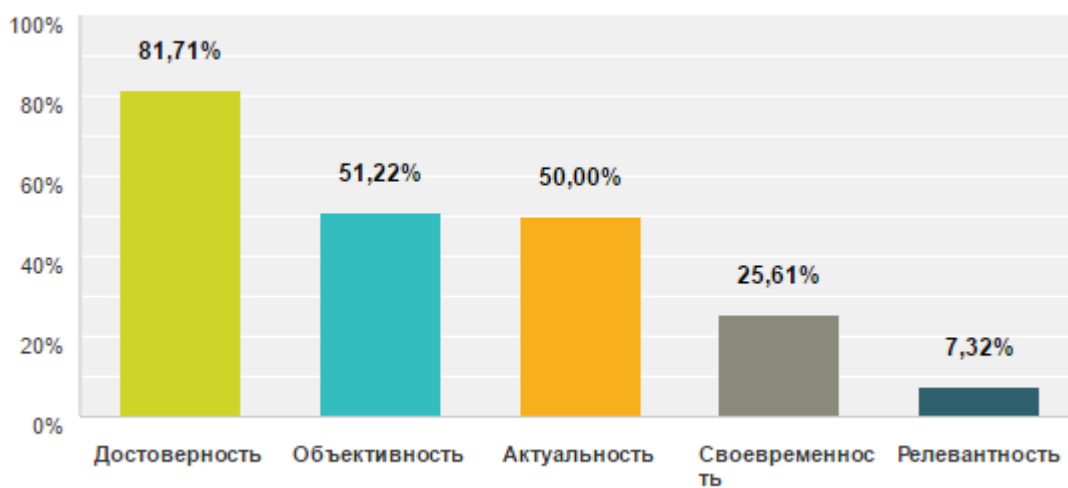


Рисунок Д.6– Ожидаемый набор характеристик в качественных изданиях