

[Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.journ-lessons.com/litra.html>. – Дата доступа : 08.09.2013.

2. Шиманский, М. Его величество очерк, великолепный и забытый / М. Шиманский // БСЖ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://buj.by/2012/03/mixail-shimanskij-ego-velichestvo-ocherk/>. – Дата доступа : 08.09.2013.

Наталья Тумилович

Белорусский государственный университет

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ В РАБОТЕ ЖУРНАЛИСТА РЕГИОНАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ

Местные газеты в силу ряда причин экономического и идеологического характера в последние десятилетия зачастую становятся единственным типом прессы, к которому обращено внимание жителей регионов, что обуславливает необходимость совершенствования тематической модели издания, расширения круга источников информации, используемых журналистами, поиска новых форм ее представления.

Наиболее часто журналисты региональных СМИ в своей профессиональной деятельности используют так называемые естественные источники информации (сеть структур, в которых обычным путем накапливаются сведения о событиях действительности, чаще всего это представители органов власти, официальных учреждений, экстренных служб, отделов ЗАГС). Гораздо реже сотрудники местных изданий обращаются за комментариями к частным лицам, представителям бизнеса, лидерам общественных негосударственных организаций.

Следствием расширения функций, выполняемых современной местной газетой, являются публикации различного рода статистических и отчетных данных, которые нельзя отнести к полноценным журналистским текстам (показатели сельскохозяйственных, абитуриентских кампаний, сводки ГАИ и т. д.). Они, с одной стороны, насыщают полосу разносторонней информацией, но с другой – обедняют саму творческую составляющую журналистского процесса, лишают газету авторского подхода к осмыслению тех или иных фактов.

К преобладанию в изданиях не журналистских материалов и откликов, комментариев читателей, а официальных сводок местных учреждений и организаций привело и резкое сокращение количества внештатных корреспондентов. Формы работы с редакционной почтой трансформируются вследствие развития сетевых версий традиционных

СМИ, что в свою очередь обуславливает снижение количества использования в качестве источника информации читательских писем и обращений в газету.

В региональных СМИ, однако, растет объем представляемых материалов развлекательно-справочного характера, публикаций в вопросно-ответной форме и все более распространяющихся перепечаток и компиляций из Интернета. Возможности всемирной сети как потенциального источника информации наиболее активно используют новые частные газеты («Газета Слоні́мская», «Вечерний Гродно», «Бобруйский курьер»). Эта тенденция, безусловно, свидетельствует о том, что местная пресса развивается в русле общих направлений функционирования белорусской периодики.

Возрастающая роль региональных газет в оказании рекламных услуг также трансформирует традиционную журналистику. Журналисты все чаще выполняют (если не напрямую, то в косвенной форме) роль копирайтеров, рекламных менеджеров, публикуя заказные материалы, даже если реклама является не коммерческой, а скорее социальной. На страницах местных изданий все чаще можно встретить материалы, популяризирующие те или иные местные структуры, организации, фонды, центры и т. д.

В то же время региональные журналисты редко используют такие современные источники информации, как сообщения информационных агентств, пресс-релизы, материалы пресс-служб и пресс-структур (хотя следует отметить, что немногие региональные учреждения и организации имеют таковые)

Не является актуальной для журналистов региональных СМИ проблема выбора альтернативного источника информации, обеспечения доступа к нему и проверки полученных сведений, практически не встречаются в материалах местных изданий ссылки на конфиденциальные или труднодоступные источники информации. Таким образом, можно сделать вывод, что в процессе поиска и сбора фактов и комментариев журналисты региональных газет в определенном смысле идут по пути наименьшего сопротивления, удовлетворяя свой профессиональный интерес и информационные запросы аудитории путем обращения к наиболее доступному источнику информации.