

Министерство образования и науки РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии
Кафедра теории и практики журналистики

**СТРАТЕГИИ ОСВЕЩЕНИЯ ЧРЕЗВЫЧАНЫХ СИТУАЦИЙ В
МАССОВЫХ СМИ**

(выпускная квалификационная работа магистра)

Выполнила студентка 2 курса,
группы 848м
Медынина Анастасия Викторовна

(подпись)

Научный руководитель
д.ф.н., проф.
Мансурова Валентина
Дмитриевна

(подпись)

Допустить к защите
зав. кафедрой, д.ф.н., профессор
Лукашевич
Елена Васильевна
_____ (подпись)
_____ 2016 г.

ВКР защищена
_____ 2016 г.
Оценка _____
Председатель ГЭК
Герасимюк Максим Викторович
_____ (подпись)
_____ 2016 г.

Барнаул 2016

Введение.....	2
Глава 1. Роль средств массовой информации в освещении чрезвычайных ситуаций	6
1.1 Теоретико–методологические основы исследования чрезвычайной ситуации.....	6
1.2. Специфика функционирования российских средств массовой информации в условиях чрезвычайных ситуациях	17
1.3 Особенности публикаций о чрезвычайных ситуациях в печатных СМИ и интернете.....	27
1.4 Социально–психологических особенностей поведения людей в чрезвычайных ситуациях.....	49
Глава 2. Реальное состояние и механизмы коррекции функционирования средств массовой информации в условиях чрезвычайных ситуации.....	58
2.1 Пресса как источник информации о чрезвычайных ситуациях.....	58
2.2 Масс-медиа в формировании общественного мнения по проблемам чрезвычайных ситуаций.....	65
2.3 Способы коррекции функционирования средств массовой информации в штатном режиме.....	75
Заключение.....	84
Список литературы.....	88

Введение

В последние годы, несмотря на общее снижение количества чрезвычайных ситуаций, наблюдается увеличение масштабов происшествий и, соответственно, – ущерба от них. В них вовлекаются большие массы людей, которые не только подвергаются воздействию прямых поражающих факторов, но и испытывают психологический стресс, как во время самой чрезвычайной ситуации (далее – ЧС), так и после. Для примера приведем статистику: За 12 месяцев минувшего года в Барнауле зарегистрировано 1910 дорожно–транспортных происшествий, в которых 2292 человека получили телесные повреждения и 61 человек погиб. С участием детей до 16 лет зарегистрировано 209 дорожно–транспортных происшествий, в которых 221 ребенок получил травмы.

В то время как в Восточно-Казахстанской области с начала года снизилась аварийность на дорогах на 8,2%. Однако, согласно статистическим данным Управления Комитета по правовой статистике и специальным учетам Генеральной Прокуратуры по Восточно-Казахстанской области всего за 2 месяца текущего года зарегистрировано 179 дорожно-транспортных происшествий, в которых пострадало 256 человек.

Благодаря СМИ любая ЧС или стихийное бедствие получают информационно-коммуникативный резонанс, который либо усиливает катастрофичность последствий, либо помогает уберечься от депрессии, апатии, т.е. осуществляет своего рода психотерапию социальной сферы.

Именно этим определяется **актуальность темы исследования**, которая обуславливается:

- потребностью научного осмысления причин несоответствия деятельности средств массовой информации особенностям психологического состояния людей в условиях чрезвычайных ситуаций;

- важностью изучения природы информационно-коммуникативных отношений в чрезвычайных ситуациях с целью минимизации негативных последствий ЧС для общества;

- отсутствием знаний и практических механизмов противостояния деструктивному влиянию СМИ на процесс адаптации в социальную среду, пострадавших в результате чрезвычайной ситуации;

- необходимостью разработки механизмов коррекции характера функционирования средств массовой информации для минимизации негативных социально-политических последствий ЧС.

Цель исследования – выявить условия, способствующие позитивному влиянию прессы на состояние общества в чрезвычайных ситуациях.

Задачи исследования:

- обосновать необходимость исследования ЧС в связи с ее влиянием на социально-политическое состояние общества;

- выявить основные векторы трансформации массового сознания людей и их поведения в ЧС;

- рассмотреть специфику формирования информационного пространства России в ЧС;

Объект исследования – средства массовой информации и массовое сознание в условиях чрезвычайных ситуаций.

Предмет исследования – ресурс средств массовой информации в процессе взаимодействия с массовым сознанием.

Эмпирическую базу выпускной квалификационной работы составили опубликованные и размещенные в печатных и телевизионных СМИ материалы связанные с чрезвычайными ситуациями и научная литература.

Методологической основой данного исследования является диалектический метод познания. При проведении исследования используется также ряд частнонаучных методов: эмпирический, измерения, наблюдения.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, разделенных на параграфы, заключения, списка использованной литературы и приложений, характеризующие ход проведения исследования.

Глава 1. Средства массовой информации в чрезвычайных ситуациях как объект научного исследования

1.1 Теоретико–методологические основы исследования чрезвычайной ситуации

Чрезвычайные ситуации в качестве объекта научного анализа начали исследоваться сравнительно недавно – в середине XX века. К общетеоретическим работам относится развиваемая в последнее время концепция «общества риска», которая представляет собой альтернативную концепцию общественной жизни (У.Бек).¹ Целью общества риска становится безопасность, а не развитие. Данную концепцию развивают также Э. Гидденс, Н. Луман, О.Н. Яницкий.

Следует отметить, что теме роли СМИ в условиях ЧС уделено недостаточно внимания. В литературе она присутствует внутри других проблем и направлений – в журналистике, где акцент делается на этическую сторону подачи информации, в психологии, где прослеживаются попытки выявить степень информационного воздействия на психическое состояние населения, в теории рисков, где процесс информирования населения рассматривается как чисто технологический. Помимо этого, недостаточно изучены возможности, алгоритмы действия средств массовой информации, качественные и количественные параметры информации, ее социально-психологическая и политическая направленность, а значит и специфика управления информацией в условиях чрезвычайного характера.

Если человек представляет в газете или журнале интересы своей партии, фирмы, организации, то это называется пропагандой. Мы же говорим о полном и эффективном удовлетворении потребностей и интересов аудитории в сфере информации.

Журналист должен ставить перед собой вопросы – нужна ли эта информация аудитории? Может ли она заинтересовать предполагаемый круг

читателей? Поддержит ли эта статья доверие и престиж, завоеванные изданием или нет?

Но кроме этого оказываются важными вопросы о том, как аудитория воспримет предлагаемую информацию. Адекватно ли будут поняты факты и суждения? Сработает ли аргументация? Как далеко продвинется аудитория в знании действительности? Это наиболее сложный момент, ведь интерпретация события связана не только с общечеловеческими, но и с групповыми ценностями и идеалами. Поэтому при создании статьи очень важно выявить, в чем особенность позиции журналиста, а также предложить и указать допустимость других позиций по поводу излагаемых фактов.

Журналист должен ясно представлять себе «свою» аудиторию. Здесь наиболее полно проявляется морально-этический уровень поведения и сознания журналиста.

1. Работа над статьей должна быть поиском правды.

Собирая материал для статьи, журналист не должен стараться любой ценой доказать или опровергнуть какую-то определенную точку зрения. Даже свою собственную. Это вовсе не значит, что автор не может начать сбор фактов, чтобы попытаться доказать какую-то свою гипотезу. Но если факты, которые ему удалось собрать, противоречат его гипотезе, журналист должен отказаться от этой точки зрения, не пытаясь подогнать факты под какую-то теорию. Нельзя выдавать воображаемое за действительное. Можно сказать, что существуют определенные границы между действительным, реальным и воображаемым, желаемым. У журналиста границы между этими понятиями должны быть четко очерчены и за них он ни в коем случае не должен заступать.

2. Журналист не должен служить причиной событий.

Речь идет именно о том, что журналисты сами создают события: военный корреспондент может срежиссировать какие-то столкновения, «скандальный» журналист может устроить неприятности для какой-либо знаменитости и т.п. Разумеется, такие действия строгойше запрещены этическим кодексом.

3. Нельзя получать информацию обманным путем.

Есть два типа контакта с источником информации. Один тип подразумевает «открытый» характер встречи – когда журналист предстает как официальный сотрудник СМИ, знакомит источник с намерениями редакции, получает разрешение присутствовать на каких-либо мероприятиях. Также контакт может носить «скрытый характер» – скрытые камеры, микрофоны в случае, когда журналист скрывает истинные намерения и притворяется представителем другой профессии или когда о его присутствии не знают. Но скрытое наблюдение считается оправданным в двух случаях. Первый – когда нужно стать очевидцем «непотревоженной» жизни, увидеть ее «изнутри». И второй – когда нужно получить сведения о тщательно скрываемых сторонах жизни, секретных операциях, хранящихся тайно документах. Очевидно, что информация, которую журналист получит, сообщив о том, что он готовит материал для газеты, скорее всего будет отличаться от той информации, которую он получит, представившись кем-нибудь другим. С одной стороны, если человек говорит с журналистом свободно, как с любым другим человеком с улицы, он вряд ли будет следить за документальной точностью и корректностью своих слов, где-то преувеличит, что-то скроет... то есть полученная от него информация будет не вполне достоверной. С другой стороны, есть вещи, которые человек никогда не скажет или не сделает, если будет знать, что имеет дело с журналистом. Так, если журналист хочет проверить, правда ли, что в каком-то баре регулярно обсчитывают клиентов и заменяют дорогие спиртные напитки на более дешевые, вряд ли с его стороны будет разумно с порога представиться журналистом и спросить в лоб: «А правда, что вы обсчитываете клиентов?»

Большинство серьезных журналистов решают для себя этот вопрос следующим образом: они всегда представляются и объясняют, что собирают материал для статей, за исключением случаев, когда они ведут журналистское расследование деятельности какого-либо человека или организации. Но даже в

этом случае информация, полученная от введенного в заблуждение собеседника, обычно используется лишь как зацепка для дальнейшей работы, а не как материал для печати и не как подтвержденные факты (исключение составляют документы).

4. Следует исправлять свои ошибки.

Если журналист все же допустил ошибку, исказил факты, поторопился с выводами и т.п. – он должен сам написать об этом и восстановить истину, не дожидаясь, пока это сделает кто-то другой. Конечно, возможность или невозможность напечатать опровержение обычно зависит от политики газеты и от позиции редактора, но журналист должен, по меньшей мере, попытаться это сделать. Не говоря о возможных и наверняка имеющих место последствиях для журналиста, ошибка может подорвать авторитет издания.

5. Нельзя нарушать соглашения с источниками информации.

Если в процессе сбора информации журналист договорился о чем-то с человеком, предоставившим ему информацию, эта договоренность должна соблюдаться любой ценой. Если журналист пообещал человеку не называть его имени, он не имеет права это сделать (известны случаи, когда журналисты шли под суд, лишь бы не раскрывать имена своих информаторов). Если герой публикации говорит тебе, что это «не для печати», то ее публикация будет грубым нарушением журналистской этики. Естественно, из этого правила есть исключения, допустим, когда речь идет о реальной угрозе жизни людей. Если была достигнута какая-то другая договоренность (например, о сроках публикации), ее тоже следует неукоснительно придерживаться.

6. Нельзя использовать свое положение как орудие или средство давления.

В случае конфликта с каким-либо деятелем или организацией, журналист порой испытывает искушение воспользоваться своей профессией как оружием устрашения: «Или ты..., или я про тебя ТАКОЕ напишу!» Однако поступать так нельзя ни в коем случае, каким бы сильным не было это искушение. И речь не только о том, что шантаж уголовно наказуем. Если событие действительно

заслуживает написания статьи, надо не угрожать, а сесть и подготовить материал. Если же дело «яйца выеденного» не стоит, журналист таким поведением просто дискредитирует себя, свое издание и свою профессию. Также стремление получить информацию не может переходить в развязную и беспелляционную требовательность, при которой журналист пренебрегает интересами, желанием и точкой зрения собеседника. Отказ частного лица предоставить информацию следует уважать. Иное дело – при контактах с официальными лицами, обязанными по закону предоставить информацию. Тут журналист имеет право напомнить об их ответственности за точное и полное информирование по вопросам, находящимся в их компетенции. Разумеется, и в этом случае свое положение использовать как средство давления нельзя.

7. Любое утверждение, способное причинить кому-либо вред, должно подкрепляться фактами.

Не важно, пишете ли Вы предвыборную статью о кандидате в мэры крупного города, разоблачаете мошенническую фирму или же сравниваете какую-то продукцию. Любая критика в чей-либо адрес, любое высказывание, способное повредить чьей-либо репутации, должно подкрепляться фактами. Читатель всегда имеет право подать иск, если, по его мнению, несправедливо затронуты его честь и репутация. В таком случае, без доказательств и четких фактов у журналиста просто нет шансов. Впрочем, точно так же должна подкрепляться фактами и любая положительная оценка – чтобы не причинить ущерб читателям, введя их в заблуждение. Маститые журналисты говорят, что ни в коем случае нельзя писать то, во что ты сам не веришь или в чем ты не уверен на 99%.

Все факты обязательно должны быть приведены в тексте статьи. Вариант «информация хранится в редакции» не может считаться удовлетворительным, поскольку в этом случае журналист нарушает право читателя оценить эти факты самостоятельно. Нельзя критиковать реальное лицо или организацию, если

только эта критика не основана на фактах из реальной жизни, а не придуманных автором.

Получая нужные сведения, следует не торопиться с выводами, уточнять все неясные детали, чтобы избежать неверной интерпретации, не давать оценку до тех пор, пока не будет уверенности в том, что собрано нужное количество доказательств. Поэтому в ходе сбора информации следует придерживаться принципа «презумпции невиновности» – то есть, пока не доказаны та или иная точка зрения, выводы делать нельзя.

8. Писать «правду, всю правду, и ничего, кроме правды».

Бывает так, что «полуправда» зачастую является большей ложью, нежели домысел или клевета. Существует множество различных приемов, позволяющих «лгать правдой». Это и собственно полуправда, и фокусирование на чем-то второстепенном, и наклеивание ярлыка с последующей его критикой, и переход на личности и другие приемы.

При сокрытии определенных фактов читатель может неправильно истолковать предлагаемую информацию, тем более, что речь может идти о намеренном сокрытии части важной информации или сознательно извращающем истину монтаже высказываний и кадров – это крайнее нарушение этических норм (а в данном случае и закона) [11, с. 264]. Журналист должен быть крайне осторожным при выборе фотокадров, либо аудио-, видеосъемки из всего объема сведений, чтобы не исказить смысл и характер полученной информации, раскрыть ее настолько полно для аудитории, насколько возможно в данной тематике или в рамках издания.

Ответственный журналист не имеет права написать «половину правды» и проигнорировать вторую половину, если для объективной оценки ситуации необходима вся информация. Точно так же журналист не должен приукрашивать правду, придумывать что-либо от себя и т.п.

9. Нельзя исказить истину ради получения выгоды.

Может ли журналист получать от своей работы какую-то материальную выгоду, помимо гонораров?

Одна точка зрения утверждает, что журналист не может получать даже малейшую выгоду от своей работы: получать деньги и принимать подарки, покупать акции каких-либо фирм, о которых недавно был напечатан материал под авторством этого журналиста, и т.п.

Другая же точка зрения заключается в том, что если кто-то предлагает написать заказную статью о его фирме, продукте и т.п., или же герой материала (человек или организация) хочет отблагодарить журналиста за благожелательную статью о нем – нет никакой причины от этого отказываться, только при условии, что для получения вознаграждения не придется лгать или умалчивать. Разумеется, есть опасность, что автор, привыкнув к такого рода бонусам, сделает еще один шаг и станет за деньги писать вещи, мягко говоря, правдой не являющиеся. Однако серьезный, ответственный журналист никогда не перейдет эту черту и не станет нарушать правило «не искажать истину ради выгоды».

Обе точки зрения сходятся в одном: ради получения выгоды нельзя искажать истину, нельзя врать читателю, нельзя хвалить то, что не достойно похвалы, нельзя умалчивать о вещах, заслуживающих критики, брать деньги за публикацию или умалчивание определенной информации и т.п.

Таковы, вкратце, основные принципы журналистской этики.

Журналистская этика – свод правил, которых должен придерживаться (либо стыдиться того, что не придерживается) каждый уважающий себя журналист.

Одно из важнейших положений Международных принципов профессиональной этики журналиста гласит: «Верность журналиста объективной реальности. Первейшая задача журналиста – гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности. Журналист излагает факты добросовестно,

сохраняя их подлинный смысл и не допуская искажений. Он максимально использует свои творческие способности для того, чтобы общественность получила достаточно материала, позволяющего ей сформировать точное и связное представление о мире. Так, чтобы происхождение, природа и сущность событий, течение и положение дел были поняты как можно более объективно».

1.2 Специфика функционирования российских средств массовой информации в условиях чрезвычайных ситуаций

Существование качественной системы средств массовой информации, дающей адекватную картину как регионам о том, что происходит на государственном, так и о том, что происходит в самих российских регионах, является одним из элементов интеграции не только экономического и политического, но и национального социокультурного пространства. Чрезмерная политизация такого инструмента, как государственные СМИ, его превращение из инструмента информирования населения в инструмент пропаганды и попыток манипулирования общественным мнением несомненно ведет к снижению его эффективности, подрывает основы доверия населения российских регионов к транслируемой гос. каналам информации.

Наиболее остро данная проблема стоит перед наиболее удаленными от исторического центра страны регионами, (несомненно, в первую очередь речь идет о телевидении, как массовом и доступном средстве массовой информации). Соответственно во многом по объективным причинам (транспортная удаленность, а следовательно высокая затратность на регулярные командировки журналистов и содержание регулярных корпунктов), и освещение событий в этих регионах приобретает характер «компаний», часто откровенной «заказухи». У СМИ нет собственных денег на то чтобы самим отслеживать и показывать события в этих регионах, соответственно наличие сюжета из них зачастую связано с наличием того или иного заказа, когда некая структура готова

организовать и оплатить посещение региона журналистами, что не может не сказываться на характере освещения того или иного события.

По этой причине человек иначе оценивает поступающую информацию, гипертрофируя значимость того или иного параметра. Такие условия сужения информационного потока формируют специфические модели действия и реагирования человека на сообщения. При этом возникает реальная угроза манипулирования общественным сознанием, которое возможно осуществлять, меняя показатели. Так, о последствиях воздействия ядерных отходов на население можно сказать: «1000 человек могут умереть от ядерных отходов» или «в среднем не более одного человека может умереть в течение десяти лет».

Информационное пространство трактуется как «совокупность множества информационных полей, создаваемых средствами массовой коммуникации, где его ядром выступает общественное мнение и массовая психика. В свою очередь, информационное поле - сплошная среда, в которой осуществляется перенос психического, семантического и психологического взаимодействия источника информации и ее получателя.

Нынешнее состояние информационного пространства России таково, что психологическое травмирование населения при активном содействии СМИ охватывает не только тех, кто непосредственно пострадал, но и огромные слои населения, находящиеся в роли виртуальных участников события.

При этих условиях информационная политика в ЧС должна строиться с учетом основных подходов социальной информатиологии (информационной идентичности, опережающего информационного отражения, наличия государственно-общественного идеала, единства сознательного, предсознательного и бессознательного).

Ведущий телеканал Восточно-Казахстанской области является филиалом государственной телекомпании «Казахстан». К сожалению, региональная трансляция выглядит скудной и некрасочной. Помимо телеканала «Казахстан-Оскемен» работает «Калкен ТВ», однако он почти не имеет своих программ

кроме выпуска новостей. Сеть вещания наполняется исключительно за счёт государственного заказа, поэтому сотрудников больше волнуют чиновники, нежели происшествия и другие острые проблемы. Также в регионе работают представители крупных республиканских каналов, таких как «КТК», «Хабар», «Астана» и т. д. Но это уже другой уровень работы.

Поэтому в центре нашего внимания является деятельность телеканала «Казахстан-Оскемен». Сетка вещания состоит из утренних развлекательных программ, аналитических и ток-шоу, часть из которых транслируется в прямом эфире, новостных передач.

Происшествия освещать на телеканале очень сложно. В газете, если писать о событии после того, как оно уже прошло, легко восстановить хронологию, получить информацию от всех источников, соединить это всё в заметку и опубликовать. Каналу же нужен видеоряд [16, с. 109]. И если оператор не успел выехать на место происшествия, то и смысла писать о нём нет. Телеканал не будет говорить о незаметном факте, который затронула бы газета при недостатке информации. Но серьезные происшествия журналисты всегда стараются осветить. Естественно, такие репортажи возглавляют выпуски новостей (на телеканале «Казахстан-Оскемен» выпуск новостей называется «Акпар»), идут в числе первых сюжетов.

Есть несколько вариантов, как телевизионщик может сформировать сюжет о ЧП [16, с. 109].

Первый – он сумел найти видеоролик очевидца с места события, либо получить оперативную съемку от пресс-служб департаментов внутренних дел, либо чрезвычайных ситуаций. Установленный на телеканале хронометраж новостного сюжета составляет 1,5 минуты. По международным стандартам он не должен превышать трёх минут. Таким образом видеоданных вполне хватит на короткий репортаж. Останется добавить лишь интервью со специалистом, и, если удастся, с пострадавшим. Обо всём этом можно легко договориться и

просто приехать к интервьюируемым лицам в рабочее время, склеить кадры оперативников и интервью.

Второй вариант – выезд на место происшествия. Причём он подразумевает не только присутствие на месте непосредственно во время события. Не менее интересными и информативными будут кадры после события. Для примера приведём сюжет программы «Акпар» от 26 сентября 2013 года о пожаре на территории газонаполнительной станции. Вполне уместными там выглядят кадры уже сгоревшей автоцистерны, обугленной травы и эвакуированных за пределы территории сотрудников. Здесь же можно взять интервью у рабочих, у начальства, у пожарных и дознавателей. Главное – мыслить шире и думать, какими еще картинками можно описать проблему. Конечно, если оператор успеет приехать еще до тушения, заснять дым, огонь и пожарных при исполнении, то это привнесёт эксклюзивность репортажу. Просто в условиях нынешнего сотрудничества с оперативниками такой исход событий выглядит слишком идеальным и вряд ли осуществляемым.

Третий вариант является самым нежелательным для телевидения, тем не менее, «Казахстан-Оскемен» им часто пользуется. Заключается он в следующем: журналист хочет рассказать о происшествии, но по разным причинам не имеет видеоряда, и уже не сможет его достать. Тогда текст перекрывается архивными кадрами общего значения. К примеру, говоря о рыбаке, провалившемся зимой под лёд, можно показать других рыбаков на льду водоёма, никак не связанного с тем, где произошло ЧП, заледеневшие озёра и т. д. Как правило, скудные кадры разбавляются коротким интервью, получить которое есть возможность всегда.

Что интересно, хотя и малополезно для телеканала, все эти новостные сюжеты потом выходят еще раз, но уже в отдельной программе. На базе павильона телестудии ведутся съемки передачи «Рейд тайм». 20-минутный выпуск полностью посвящен чрезвычайным и криминальным происшествиям. Подводки с ведущим снимают в павильоне, а потом накладывают уже готовые новостные сюжеты.

В чём минус? Основное наполнение передачи является абсолютно неоригинальным и уже неактуальным. Иногда хронометраж сюжетов увеличивается специально для программы, то есть в новостные выпуски добавляют дополнительные комментарии, возможно, раскрываются новые подробности. Но основной состав повторяется. Крупные телеканалы такого не допускают, в идеале и регионы должны придерживаться подобной политики. Но причин поступать так у руководства немало: нехватка репортажей в новостной передаче, например. Также в новости может быть упомянута острая проблема, которая достойна большего, чем простого обозначения только лишь в программе «Рейд тайм».

Как строится материал о происшествии на телевидении? Рассмотрим подробно репортаж о неисправности электропроводки в одном из домов Усть-Каменогорска, которая привела к порче электротехники у большинства жильцов.

Журналист работал следующим образом: он посетил общее собрание жильцов, посвященное этой теме, где присутствовали все необходимые респонденты – это и пострадавшие, и председатель КСК, и старший по дому, и чиновник. Корреспондент взял интервью, побывал в квартирах, где перегорела техника. Оператор сделал все необходимые кадры.

Первым делом пишется текст. Он оформляется с соблюдением всех необходимых правил, ведь создание сюжета – это работа не только журналиста [17, с. 177]. С ним вместе работают видеооператор, звукооператор, монтажер, шеф-редактор и режиссёр. Правильно подготовленный текст, как своеобразный сценарий, делает совместный труд слаженней. Время, которое ставится рядом с репликой, указывать нужно обязательно – монтаж пройдет намного быстрее и эффективней. Монтажер сможет легко найти и вырезать из общего видеофайла кусок интервью, который будет начинаться с указанного вами времени и длиться столько, сколько указал журналист.

Обращу внимание на профессиональные сокращения: ЗКТ – закадровый текст, условно это видеоряд, сопровождающийся голосом журналиста, СТ –

субтитры, СНХ – синхронный текст, стендап – говорящий журналист в кадре. Вот как должен выглядеть правильный текст.

«Акпар», 23.04.14.

В многоэтажном доме Усть-Каменогорска из-за неисправности электропроводки перегорела вся бытовая техника.

Диктор (в кадре): Прошедшие выходные жители дома по улице Крылова, 79 города Усть-Каменогорска провели без электричества. Прибывшие на место аварии сотрудники энергоснабжающей организации неисправность устранили, свет дали. Вот только после визита мастера бытовая техника в квартирах оказалась неисправной.

ЗКТ: Наталья Лукьянова надолго запомнит эту неполадку. Её компьютер, пылесос и телевизор теперь можно выкинуть на свалку. По приблизительным подсчетам хозяйки 49 квартиры злополучного дома на приобретение новой бытовой техники потребуется кругленькая сумма.

СТ: Наталья Лукьянова, жительница дома по ул. Крылова, 79.

СНХ: (02:25-02:34) Мы не знаем, куда пойти, потому что они говорят, что они подключили всё правильно, КСК говорит, что они вообще не отвечают за этот ремонт. Акимат говорит, что виноваты КСК, потому что вовремя не переделали проводку. А в итоге в среднем ущерб, даже если мы будем покупать по ценам старой техники, где-то выйдет примерно тысяч в 300.

ЗКТ: Наталья и её друзья по несчастью, живущие этажом выше, намерены судиться с выполнявшей ремонт организацией и КСК, где не уследили за электросетями.

СТ: Валентина Лебедева, жительница дома по ул. Крылова, 79.

СНХ: (03:17-03:28) Неоднократно КСК и электрику говорилось о том, что кабель плохой, 220 вольт не выдерживает нагрузки. Потому что у всех много бытовой техники. И всё это игнорировалось.

ЗКТ: Председатель кооператива собственников квартир Анастасия Байдик досконально изучила Закон «О жилищных отношениях». Цитируя вырезки,

пояснила: за состоянием внутренних домовых систем должны следить собственники квартир. Деньги на ремонт изыскать из целевых сборов. По расчетам коммунальщиков жильцы каждой квартиры должны сдать по 15000 тенге на ремонт электропроводки.

СТ: Вячеслав Ветлугин, корреспондент.

Стендап: (04:58-05:13) В отделе ЖКХ предлагают решить проблему путем сбора целевых взносов, или жителям дома по улице Крылова, 79 нужно подключиться к государственной программе термомодернизации жилья, по которой этот дом будет отреставрирован.

СТ: Аскар Жаксылыков, заместитель начальника отдела ЖКХ г. Усть-Каменогорска

СНХ: (00:20-00:31) С 2011 года реализуется программа модернизации ЖКХ, к которой жители опять же подключаются через общее собрание. Я наверняка уверен, что здесь проводились собрания, но люди, наверное, не были согласны, потому что в соседнем доме эта программа работала.

ЗКТ: Внутридомовые электросети все равно восстановят, а кто ответит за перегоревшую бытовую технику? Этот вопрос пока остается открытым.

Вячеслав Ветлугин, Данияр Омар, «Акпар».

Можно увидеть, что в отношении получения информации от источников репортёр сработал на «отлично» – присутствуют комментарии всех возможных сторон. Объективность – главная черта журналистики. В этом материале есть все «за» и «против», текст отвечает на все вопросы кроме одного «кто виноват?». Журналистский материал не должен оставлять вопросов, иначе он будет раздражать читателя, в данном случае – зрителя. Но здесь сказано, почему до сих пор виновных найти не могут, и это сглаживает проблему. Так как сюжет следует оценивать по картинке, рассмотрим и её.

Это – стандартный расширенный новостной сюжет хронометражем 2 минуты 25 секунд. И видеоряд представлен тоже стандартно.

Как правило, сначала диктор читает подводку (смотрите рисунок 1). На заднем плане на телеэкране показывают несколько кадров сюжета, о котором идёт речь.

Рисунок 1 Диктор в кадре



Далее слово передают журналисту. За кадром он рассказывает о том, что, где и когда произошло. Задача оператора – не повторять картинкой слова говорящего, а лишь подтверждать их (смотрите рисунок 2). В данном случае на экране показаны предметы техники, которые перегорели, а также негодующие жильцы. Профессиональные монтажеры считают хорошим такой видеоряд, который будет понятен зрителю, если выключить звук [18, с. 203].

Рисунок 2 Видеоряд



Кадры перебиваются лицами интервьюируемых. В данном случае – это пострадавшие жители, заместитель руководителя городского отдела ЖКХ, пассажирского транспорта и автомобильных дорог (смотрите рисунок 3). Комментарии получены от обеих конфликтующих сторон.

Рисунок 3 Интервью с представителем власти



Часто материалы о происшествиях начинаются или заканчиваются стендапом – журналистом в кадре, который каким-то образом комментирует ситуацию. В данном случае корреспондентом выступает Вячеслав Ветлугин (смотрите рисунок 4). На телеканале «Казахстан-Оскемен» стендапы

приветствуются, более того руководство обязывает их делать практически в каждом новостном сюжете. Однако республиканские репортеры стараются не увлекаться стендапами. Считается, что частые и длинные стендапы являются проявлением навязчивости, а также самолюбия журналиста.

Рисунок 4 Стендап



1.3 Особенности публикаций о чрезвычайных ситуациях в печатных СМИ и интернете

Несколько газет, издаваемых в Восточно-Казахстанской области, мы подробно проанализируем на предмет освещения происшествий. Делать мы это будем по следующему плану: охарактеризуем рубрику, заголовки, лид, язык, определим источники, с которыми работал журналист.

Газеты «Мой город» и «Устинка плюс» являют собой самые яркие примеры, так как в них имеется своя рубрика для освещения происшествий.

Неоднократно упомянутая полоса «В зоне внимания» в газете «Мой город» состоит из двух частей. Первая называется «центральное поле», чаще всего она состоит из трёх заметок размером более 1000 знаков. У этих материалов есть заголовок, подзаголовок, часть из них сопровождается фотографиями. Вторая часть называется «колонкой». Она находится слева от центрального поля, вмещает около 6-7 заметок размером до 1000 знаков. Эти материалы имеют

только заголовок, но у них нет подзаголовка. В каждом номере есть хроника дорожно-транспортных происшествий.

Вообще полосой занимается один журналист, он её заполняет от начала и до конца. Газета выходит раз в неделю, поэтому на странице упоминается случившееся за минувшие семь дней. Но от журналиста не зависит количество происшествий за неделю, поэтому часто случается, что материалов не хватает. Тогда журналисту приходится перебирать все источники – больницы, полицию, отряды по охране растений и животных, спасателей всевозможных уровней. Это называется вытягивать новость из ничего. Есть второй вариант – растягивать имеющиеся заметки. У владельца издания – ТОО «Издательского дома «Регион» – помимо газеты «Мой город» есть филиалы в Риддере, Зыряновске и Шемонаихе, что даёт головному офису преимущество. Если в газете «Мой город» не хватает материалов, можно позаимствовать их у журналистов из соседних городов.

Для того, чтобы показать, как работает корреспондент, приведу несколько примеров из газеты «Мой город» (№33 от 15 августа 2015г.). Одну заметку – из центрального поля, вторую – из колонки.

«Мамина беда.

Пьяный водитель, прячась от патруля, сбил собственную мать.

Поздно вечером 7 августа в Риддере иномарка насмерть сбила пожилую горожанку. По чудовищной случайности за рулем автомобиля находился сын погибшей. Пьяный мужчина вместе с товарищами совершали вечерний автопроменад по улице Островского. По всей видимости, увидев патрульную машину, водитель испугался и решил скрыться.

- С улицы Островского водитель свернул на дорогу, ведущую к 94 кварталу, - комментирует происшествие начальник риддерского отделения дорожной полиции Ерболат Кудеров. - Он сворачивает, выключает фары и едет на большой скорости. В это время по той же дороге возвращалась домой мать водителя. Он сбил ее и поехал дальше.

От полученных травм пожилая женщина скончалась на месте. Водитель же даже не притормозил. По словам начальника ОДП, прежде, чем иномарка снова появилась на Островского, прошло некоторое время. Предположительно, автолюбитель мог где-то остановиться и переждать.

- Он снова вывернул на проезжую часть улицы Островского, - говорит Ерболат Кудеров. - Выехал на полосу встречного движения и допустил лобовое столкновение с автомобилем ВАЗ-2111.

Водитель «Жигулей» выжил, но получил серьезные травмы. Сейчас он находится в городской больнице. Хозяину иномарки на этот раз убежать не удалось - его автомобиль просто не мог двигаться дальше. Полицейские задержали его на месте аварии. Освидетельствование подтвердило, что он находился в алкогольном опьянении.

Сейчас мужчина находится в изоляторе временного содержания и ожидает решения своей дальнейшей судьбы. По словам начальника ОДП, мужчина не сразу осознал, что его пьяная выходка стоила жизни самому родному человеку».

Несмотря на трагичность ситуации, журналисту из Риддера Наталье Потаповой удалось подобрать нейтральный заголовок. По правилам газеты, подзаголовок должен быть простым тезисным предложением, коротко и ясно выражающим суть заметки. Этот подзаголовок полностью отвечает требованиям. В лиде есть ответы на все основные вопросы - кто, что, где и когда и даже, как. Заметка написана по материалам, предоставленным полицейским. Он рассказывает о ситуации, исходя из версии следствия. Вторую сторону при всём желании услышать журналист не мог - попасть в изолятор временного содержания тяжело, да и заметка не предполагает этого. Водитель поведал полиции подробности случившегося, и корреспонденту удалось их записать.

Нужно обратить внимание на то, как в заметке подаются непроверенные факты. Они обозначаются словами «предположительно», «вероятно» и т.д. Это – правильно, версии озвучивать можно и даже нужно, но для правдивости нужно всегда упоминать, что это неточный вариант исхода событий [19, с. 224].

На полосе заметка расположена в районе центрального поля и сопровождается фотографией. Хотя это как раз тот неудачный случай, когда кадров с места происшествия нет, верстальщики решили, что фотография должна быть, поэтому вставили скаченное из интернета изображение мужчины, отчаянно схватившегося за голову.

Перейдём ко второй заметке.

«Последний снимок.

Почти два месяца продолжались поиски 24-летнего парня, жителя поселка Малеевск Зырянского района, который еще 9 июня упал с моста в реку и утонул. Седьмого августа его тело наконец-то нашли.

Трагедия произошла на Леснопристаньском мосту через реку Бухтарма. Молодой мужчина забрался на перила моста, чтобы сфотографироваться, но не удержался и сорвался вниз. Выплыть он уже не смог, а быстрое течение унесло тело. Поиски погибшего продолжались почти два месяца, но безрезультатно.

- Седьмого августа около полудня на пульт дежурного РОВД Зырянского района позвонил мужчина, – рассказали в пресс-службе Департамента по ЧС ВКО. – Он рассказал, что в реке в районе железнодорожного моста села Парыгино лежит человеческое тело.

Сотрудники полиции, прибывшие на место, вытащили труп на берег и направили в морг. Туда же пригласили и родственников парня, пропавшего два месяца назад. Они и опознали погибшего».

Первое, что нужно сказать об этой заметке, это то, что она является продолжением когда-то давно опубликованного материала. Отслеживать случившиеся происшествия и их развитие – одно из основных профессиональных правил корреспондентов. В начале основной части заметки журналист напоминает читателям о трагедии, а потом распутывает ниточки. Заголовок – трагичный, сразу даёт понять, что речь пойдёт о чьей-то гибели. Лид достаточно типичен для такого типа заметок. Подзаголовка нет, так как это заметка была опубликована в колонке.

Источником в данном случае выступает пресс-служба департамента по ЧС ВКО. С родственниками связываться в данном случае было бы неэтично и бессмысленно – подробности были известны спасателям, и они поведали о них. Журналисту тоже показалось этого достаточно.

Рубрика «Происшествия» в газете «Устинка плюс» схожа по конструкции с полосой «В зоне внимания» в газете «Мой город». Она также имеет центральное поле и колонку, но есть разница в масштабе заметок и графических тонкостях. Крупный размер шрифта помогает журналистам не растягивать заметки, а публиковать ровно то, что они считают нужным. Фотографии имеют большой масштаб.

Мы изучили материалы на полосе «Происшествия» в №20 от 15 мая 2014 года и выбрали самый неудачный, по нашему мнению, чтобы разобрать ошибки.

«Коварный клещ.

50-летнюю жительницу Катон-Карагайского района укусил клещ. Пострадавшая обратилась в больницу, медики приняли все необходимые меры. Однако несчастная впала в кому.

Паразит оказался носителем вируса и не поддался иммуноглобулину. Сначала у пациентки поднялась температура, затем появились психические нарушения и частые потери сознания.

Женщину доставили в реанимацию первой городской больницы областного центра.

Медики говорят, что пострадавшая пришла в сознание, но лечение продолжается – она будет находиться под присмотром врачей не менее трёх месяцев».

Нет ни одной ссылки на источник – это важнейший минус этой заметки. В последнем абзаце написано «медики говорят», но это слишком размытая ссылка. Особенно отсутствие источников бросается в глаза, если читатель видел эту новость в другом издании. Многие люди покупают несколько областных газет и ещё успевают и информационные сайты читать. Поэтому проигрывать в

достоверности информации даже при небольшой конкуренции – изданию же дороже. В той же газете «Мой город» материал был шире и с комментариями специалистов.

Также в материале есть некоторые хронологические неточности. В лиде сказано, что пострадавшая впала в кому. А в основной части указано, что женщину доставили в больницу после психических нарушений. Корреспонденту нужно было указать, когда же она впала в кому – до обращения в больницу, или после.

Личное пожелание – хотелось бы прочесть продолжение истории и узнать, отчего женщине стало настолько плохо, какую инфекцию она подцепила от клеща.

В газете «Рудный Алтай» рубрики для происшествий нет. Это – официальная газета, её финансирует областной акимат, выписывают все чиновники. Поэтому и материалы о происшествиях стоят на последнем месте. Журналисты пишут лишь о таких ЧС, которые в действительности угрожают многим жителям региона. Проанализировав несколько экземпляров, материалы о происшествиях всё же удалось найти.

Например, в №33 от 21 марта 2015 года в рубрике «Репортёр» вышло сразу три материала о происшествиях. Проанализируем один из них.

«Дорогу открыл «Амкадор».

С 8 по 14 марта знаменитый санаторий «Рахмановские ключи» и одноимённый посёлок, насчитывающий около 70 дворов, находились отрезанными от внешнего мира из-за схода лавин на трассу.

Из-за обильных дождей с шестого по восьмое марта на участке автодороги республиканского значения Усть-Каменогорск – Рахмановские ключи произошёл сход нескольких снежных лавин. Две лавины оказались особо объёмистыми – до 20 тысяч кубических метров каждая. Вывалившиеся на трассу лавины были настолько мощными, что по ходу вырывали с корнем деревья и выворачивали каменные валуны. Следом в катон-карагайских горах выпал

обильный снег, накрыв дорогу 60-70-сантиметровым слоем, а ударивший на следующий день мороз превратил грязно-снежную массу с обломками деревьев и камнями в громадный монолит, высота которого местами достигла 7-8 метров. Общий объём сошедшей с гор на дорогу снежной массы, по данным специалистов Казсельзащиты, достиг сорока тысяч кубометров. Единственная в этих местах артерия движения автотранспорта оказалась парализованной на несколько дней.

Пока шли работы по расчистке для персонала санатория и около 200 рабочих, а также населения посёлка, оказавшихся отрезанными от мира, продукты питания перевозились через снежные завалы на снегоходах.

Расчистка дороги была затруднена ещё и тем, что лавины сошли в местах узкого ущелья. К тому же дорожникам и технике ТОО «Рахмановские ключи» трое суток потребовалось для того, чтобы, двигаясь навстречу друг другу, освободить путь для прохождения тяжёлой техники к месту схода лавин. Для ликвидации завала пришлось прибегнуть к помощи мощного автодорожного погрузчика «Амкадор» с высоким вылетом стрелы, принадлежащего ТОО «Рахмановские ключи». В четверг 14 марта проезд был восстановлен.

Как сообщил начальник ДЭУ-27 РГП «Казахавтодор» Асхат Назыров, руководством РГП заключён договор о дальнейшем расширении проезда с ТОО «Катон-Карагайское ПДУ», имеющим в наличии мощный автогрейдерный бульдозер».

В целом, язык официальной газеты намного отличается от частных изданий – «Моего города» и «Устинки плюс». Заголовок и лид в данной заметке соответствует стандарту. Но посмотрим далее.

Очень много канцеляризмов и официальных оборотов. «Участок дороги» вместо «трасса», «произошёл сход» вместо «сошли лавины». Таких примеров всего в одной заметке немало. «Шли работы по расчистке» можно заменить «Дорогу расчистили». Много оборотов и сложных сказуемых, сложных предложений, которыми чрезмерно увлекаются журналисты официальных газет,

ведь они пишут больше не для простоты чтения, а для того, чтобы эта тема просто была озвучена. Не совсем удачны выражения «находились отрезанными от внешнего мира» (лучше: были отрезаны), «артерия движения автотранспорта оказалась парализованной» (лучше: движение парализовано, артерия перекрыта), они излишне сложны, в них нарушена лексическая сочетаемость.

Помимо всего здесь есть необъяснимые для аудитории сокращения. Как догадываться читателям, что такое «ДЭУ-27»? А что значит «Катон-Карагайское ПДУ»? Пояснений к этим сокращениям нет. И это – определённо упущение журналиста и редакторов.

Фотография, сопровождающая материал, документальная, сделанная автором на месте происшествия. На ней изображён спасательный отряд на расчищенной от лавины дороге. Это является плюсом материала.

Интересно, что в таком расширенном материале нет ни одной прямой речи. Прямая речь, обозначаемая знаком тире, а не кавычками, разбавляет сплошной текст, облегчает его восприятие [20, с. 272]. Несмотря на достаточное количество источников – ТОО «Рахмановские ключи» и «Казахавтодор», автор не посчитал нужным выделить хотя бы одно предложение, переданное источником.

Теперь заглянем на сайты. Многие из имеющихся в регионе электронных СМИ дублируют существующие печатные издания. У газеты «Мой город» есть сайт YK-news.kz, у газеты «Рудный Алтай» - altaynews.kz, у газеты «Усть-Каменогорск» - 1720.kz. Самый читаемый в области сайт YK.KZ не имеет печатного аналога. Некогда популярный сайт v-seti.kz сейчас потерял читателей, большинство новостей там публикуются со ссылкой на другие сайты региона, поэтому мы не будем его рассматривать.

Работа сайтов значительно отличается от газет, даже от своих газетных аналогов. Сайту важна оперативность. Одну новость он может опубликовать несколько раз, в зависимости от наплыва подробностей. Плюсы сайтов – в их мультимедийности, отредактировать новость, внести в неё правки можно в

любой момент, и сделать это свободно. Можно в любую минуту дополнить заметку текстовыми подробностями, фоторепортажем, видеозаписью или даже аудиозаписью. На сайтах есть удобные архивы материалов – любую статью, заметку, репортаж можно найти, не выходя из дома. У электронных новостных порталов гораздо больше возможностей, чем у печатных аналогов. Поэтому и работа в интернет-издании в корне отличается от газетной рутины.

Яркий пример – тема о взрыве на мукомольно-комбикормовом материале в Семее, мультимедийно представленная на сайте YK-news.kz 14 мая 2014 года.

Как только информация дошла до СМИ, сайт опубликовал первичный материал, представленный в следующем виде.

«В Семее в бункере одного из комбинатов после хлопка с возгоранием пострадали восемь человек.

Буквально два часа назад на пульт дежурного ДВД ВКО от спасательной службы поступило сообщение о том, что в производственном помещении АО «Семипалатинский мукомольно-комбикормовый комбинат» произошёл взрыв, передаёт корреспондент YK-news.kz со ссылкой на пресс-службу прокуратуры области.

Какой именно мощности случился взрыв, не уточняется. Известно лишь, что есть восемь пострадавших.

– На место выехали пожарные расчеты, уполномоченные органы, исполняющий обязанности прокурора города Семей Марат Турубаев и сотрудники прокуратуры, – говорится в сообщении. – По данному факту проводится доследственная проверка, по результатам которой будет решён вопрос о возбуждении уголовного дела. Мы будем следить за развитием ситуации».

Мы видим, насколько оперативно новость поступила на портал – спустя два часа после случившегося. На сайтах такие нюансы часто подчёркиваются, чтобы обозначить читателям: журналисты здесь действительно работают быстро и качественно [21, с. 382].

Обратим внимание на заголовок – он похож на то, что в газете называют подзаголовком. Это – простое предложение, коротко и ясно отражающее суть новости. Это – определённый стандарт новостных заголовков в интернете, и определён он специально для того, чтобы читатель мог быстрее ориентироваться и читать только то, что ему интересно. Интернет – безграничен, если бы все новости имели газетные заголовки, не отражающие содержания текста, людям пришлось бы открывать каждую страницу, каждый материал, чтобы узнать, о чём он. Поэтому международным стандартом заголовков электронных СМИ стал именно такой.

В материале есть ссылка на источник – пресс-служба прокуратуры ВКО. Указаны кое-какие подробности, но нет информации о том, по какой причине произошло ЧП, пострадали ли люди, какой мощностью прогремел взрыв.

Именно поэтому спустя несколько часов на том же сайте выходит вторая новость, связанная с комбинатом, целью которой – дать ответы.

«Взрыв на комбинате в Семее произошел при проведении сварочных работ.

В результате взрыва на территории мукомольного-комбикормового комбината Семья, произошедшего сегодня около 11 часов утра, пострадали восемь человек, передает корреспондент YK-news.kz.

По информации пресс-службы ДЧС ВКО, взрыв пыли произошел на четвертом этаже рабочей башни комбикормового производства. В результате инцидента пять из 80 силосов, находившихся внутри башни, оказались поврежденными. Кроме того, взрыв частично разрушил наружную стену рабочей башни, а транспортерная лента и деревянные конструкции оконных и дверных блоков загорелись. Предположительной причиной возникновения внештатной ситуации стало нарушение правил пожарной безопасности при проведении сварочных работ.

– В результате взрыва пострадали восемь человек. Семь из них – сотрудники ТОО «Востокцементремонт», проводившие замену изношенных

коробов силосов, а один – сотрудник объектовой пожарной охраны мукомольного комбината, – сообщили в пресс-службе ведомства.

Шестеро пострадавших с ожогами находятся в БСМП Семей, еще двое от госпитализации отказались. На месте ЧП работали 11 единиц техники и 52 человека личного состава ГУ «СПиАСР» ДЧС ВКО.

Добавим, что в момент взрыва в силосах находилось 2492 тонны зерна».

Так выражается мультимедийность. В газете бы материал вышел обобщённо, ведь он корректировался бы неделю. Для журналистов сайта время идёт на минуты. Поэтому если нет времени узнавать подробности, выкладывают то, что есть, а потом вставляют дополнения. Вторая новость содержит информацию о пострадавших, о причинах взрыва – этого как раз не хватало в первой заметке. Заметьте, второй материал создавался на основе слов другого источника – пресс-службы ДЧС ВКО. Также во втором материале присутствует фоторепортаж с места событий – кадры отображают процесс спасательной операции на предприятии.

Совершенной противоположностью сайта YK-news.kz является сайт YK.KZ. Если первый направлен исключительно на качественную подачу новостей, то второй является городским порталом, где, помимо новостей люди могут найти объявления, почитать информацию на тематических форумах, узнать телефоны и адреса каких-то организаций. К сайту YK.KZ нужно относиться, как к семейному, а не новостному. Новости там подаются не совсем профессионально, и темы выбираются соответственно, и ход работы журналистов очень отличается.

Докажем это на примере заметки от 15 мая 2014 года.

«Слишком часто падают дети

Шестилетняя девочка в Усть-Каменогорске выпрыгнула в форточку с 4 этажа и осталась жива.

13 мая ребёнок был дома один днём, как вдруг услышала шум воды и увидела много белого горячего пара: сорвался кран с горячей водой. Девочка

испугалась и побежала к входной двери, но та была заперта. Тогда она подбежала к окну, пролезла в форточку и упала на землю с высоты 4 этажа.

Как рассказали те, кто оказался рядом в этот момент, в первые минуты в состоянии сильного шока ребёнок встал и даже попытался идти, но потом потерял сознание. Прибывший на место первым патруль полиции вызвал скорую, врачи которой оказали пострадавшей первую помощь.

Девочку в состоянии комы, с множественными ушибами головного мозга, брюшной полости и лёгких привезли в реанимацию Центра матери и ребёнка. Сегодня ее состояние стабилизировалось, и ребёнка перевели в отделение нейрохирургии. Это уже четвертый случай падения детей с высоты за год.

– Так часто никогда этих случаев не было! – тревожится главврач Центра Рая Рахимова. – Слава Богу, что все дети живы, что наши врачи с высокой квалификацией своевременно оказывают им помощь. Но такое количество – нонсенс! Сравните: раньше таких происшествий было два за год, а сейчас уже четыре за 2 месяца. Я считаю, это в какой-то мере характеризует наше отношение к детям, многие подобные трагедии происходят от недосмотра и невнимания взрослых».

Сразу в глаза бросается отсутствие оперативности – случай произошёл 13 мая, а на сайте информация о нём появилась только спустя два дня.

Второй нюанс – заголовок, не типичный для интернет-заглавий. «Слишком часто падают дети» – это газетный вариант заголовка, и для электронного портала он не подходит, но сайт пренебрегает этим правилом. Люди не могут догадаться, о чём пойдёт речь: куда падают, зачем падают, на асфальте или с горки, насколько часто и о каких детях вообще идёт речь?

Особое внимание хочется обратить на лексикон. «Увидела много белого и горячего пара» – не совсем точный оборот. «Те, кто оказался рядом в этот момент» – слишком тяжёлый оборот для восприятия, почему бы корреспонденту не написать вместо этого «очевидцы», «соседи»?

Источником в данном случае выступали врачи Центра матери и ребенка. В качестве плюса отметим то, что они озвучили статистику похожих несчастных случаев и сравнили её с предыдущим годом, что позволило читателям оценить масштаб таких происшествий.

Следующий сайт, о котором пойдёт речь – 1720.kz. Мы говорили о том, что в газете Усть-Каменогорск практически не затрагивается тема происшествий. В её электронном аналоге, который не ограничен в своём объёме, информация о ЧП появляется намного чаще. Появляется кратко, в основном из пресс-релизов, рассылаемых органами внутренних дел. То есть у корреспондентов нет цели создать эксклюзив. Тем не менее об основных ЧП там упоминают.

Интересно то, что сайт запустился недавно. Чтобы его читали и запомнили, сотрудники редакции активно пользуются социальными сетями, публикуя ссылки на новости в различных группах, которые отслеживают пользователи. Это во многом помогает сайту найти аудиторию – так как аналоговая газета принадлежит акимату, из-за своего наполнения она малоинтересна и непопулярна, а сайт может выкладывать больше информации и затрагивать больше тем.

Посмотрим, как выглядит заметка о происшествии на сайте 1720.kz.

«Взрывное устройство обнаружено в гаражном кооперативе.

По оперативной информации городской службы чрезвычайных ситуаций, 9 мая, в 16-59, на телефонный номер «112» службы спасения Усть-Каменогорска поступил тревожный звонок. Звонивший сообщил, что в посёлке Мирный, по ул. Сафонова, в сторожке гаражного кооператива «Современник», заложено взрывное устройство. На место выехали сотрудники ДКНБ, УЧС Усть-Каменогорска, УВД, ППС, медицины катастроф. В результате осмотра был обнаружен капсуд детонатор, электрический и промышленный провод взрывоопасный, длиной 10 метров. Все предметы изъяты сотрудниками УВД».

Заметки публикуются коротко, потому что, как уже было сказано, готовятся на основе сводок областных департаментов по ЧС и внутренних дел. И эта новость – не исключение. К сожалению, автор не указал источник, от которого получил информацию. Это – ошибка корреспондента. Нам известно, что она была взята из пресс-релиза ДЧС ВКО, но откуда читателю, не ведающему о нюансах журналистской работы, знать источник? Не придумал ли это корреспондент, чтобы чем-то заполнить новостную ленту? Чтобы таких вопросов не возникало, нужно всегда делать ссылку на того, откуда была получена информация.

Заголовок – подходящий для интернет-издания. А вот содержание требует корректировки. Здесь нет прямой речи. Её наличие необязательно, но ради лёгкого прочтения материала хотя бы два слова от лица говорящего нужно вставить. Журналистам не стоит бояться того, что информацию они получили в письменном виде. Её смело можно включать в прямую речь, ведь пресс-служба напрямую представляет своё руководство, и если оно выбирает общаться со СМИ таким образом, то значит все письменные материалы можно считать за сказанную информацию.

Недостатком этого сайта является то, что не указывается дата публикации. Вместо этого читатель видит только «опубликовано 2 дня назад», «опубликовано три месяца назад», «опубликовано сегодня». Это не совсем верно – если кому-то захочется найти прочтённый материал некоторой давности, он не сможет это сделать. А на сайте архив должен быть такой, чтобы с ним было легко работать.

Не указывается автор фотографии – это тоже минус. Мы видим кадр и не можем определить, отображает он произошедшее, либо он скопирован из интернета и вставлен для наглядности.

Язык материала тоже оставляет желать лучшего: аббревиатуры и профессионализмы не облегчают прочтения.

Последний сайт, с которым мы ознакомимся, это Altaynews.kz, который является электронным прототипом газеты «Рудный Алтай». Региональные

новости не всегда дублируют наполнение газеты, о происшествиях иногда там пишут. Но принцип работы приблизительно схож с 1720.kz: новость есть, если есть информация от пресс-службы. Еще два года назад сайт работал в полную силу, тогда там публиковались такие заметки, которые являлись эксклюзивом для региона. Почему-то в последнее время сайт сдал позиции. Для анализа возьмём одну из последних заметок от 6 мая 2014 года.

«В ВКО водитель джипа сбила беременную женщину.

В ДТП в поселке Белоусовка Восточно-Казахстанской области пострадала беременная женщина, сообщает корреспондент Altaynews.kz.

В минувший понедельник в ВКО произошло дорожно-транспортное происшествие. В поселке Белоусовка по улице Тохтарова водитель автомобиля «Lexus-470» сбила 30-летнюю беременную женщину. В результате аварии пострадавшую беременную женщину с переломом обеих голеней, гибелью плода и травматическим шоком доставили в больницу города Усть-Каменогорска. Причиной автоаварии стала беспечность водителя – женщина, находившаяся за рулем иномарки, перепутала скорость при переключении коробки-автомат.

По информации старшего инспектора УАП ДВД ВКО Акгуль Атудиновой, причиной ДТП стала неопытность: находившаяся за рулем автомобиля женщина-водитель перепутала скорость при переключении коробки-автомата. По факту ДТП было возбуждено уголовное дело по статье 296 части 1 УК РК. В данное время ведется следствие».

Новость выдана на следующий день после случившегося, и это в принципе позволительно сайту такого масштаба. Заголовок – стандарт. А в содержании мы снова видим недочёты.

Здесь присутствует масса оборотов, которые стоит заменить на более простые конструкции. Перечисляю: «произошло дорожно-транспортное происшествие» можно отредактировать как «произошла авария», «с гибелью плода доставили в больницу» – в СМИ уместнее написать отдельным

предложением: «К сожалению, пострадавшая потеряла ребёнка». Есть тавтология – в двух предложениях подряд повторяется слово «женщина», повторяются в двух абзацах и причины происшествия. Много сокращений. Писать подряд «УАП ДВД ВКО» без расшифровки – недопустимо. Если сочетание букв «ДВД ВКО» многие смогут понять, то под загадочным «УАП» не каждый читатель узнает сокращение «управление административной полиции». Вместе с тем, здесь присутствует словосочетание, которое автор упростил, но мы считаем, это упрощение в данном случае не должно иметь места: «При переключении коробки-автомат» звучит слишком непрофессионально. Автомобиль – сложный агрегат, управляя которым нужно не забывать об огромной ответственности. Поэтому уместно было бы отредактировать предложение и написать «при переключении автоматической коробки передач».

Фотосопровождение имеет большое значение для печатных и электронных СМИ. Новость, которая опубликована вместе с изображением, привлечет больше читателей. Если мы пишем о пожаре, то должны показать сгоревшее здание. Заметка о дорожной аварии вряд ли будет читаться без фото участвующих в ДТП машин. Если мы публикуем материал о спасательной операции, в ходе которой ведутся поиски заблудившихся туристов, то в газете должно появиться сюжетное изображение, как ребят, к примеру, сажают в вертолет, либо оказывают им первую медицинскую помощь. Фотографии происшествий в редакциях ценят, и если удаётся найти кадры, то главный редактор постарается ими обязательно воспользоваться.

Стоит ли говорить, что для должного эффекта все фотографии должны быть сделаны на месте событий, иначе изображение потеряет смысл. Добиться актуальности, читабельности и эксклюзивности через фотографию можно несколькими способами.

1. Отправить журналиста и фотокорреспондента на место происшествия. Крайне редко репортёрам удаётся застать, к примеру, разбушевавшуюся стихию – степной пожар. Пока до СМИ дойдёт сообщение о ЧС, пока руководство

направит туда журналистов, прибавьте время, потраченное на дорогу и поиски объекта, – репортерская группа приедет уже тогда, когда огонь будет потушен. Здесь всё зависит от степени сотрудничества издания с пресс-службой департамента по ЧС. Если оно тесное, то фотограф успеет как раз вовремя. Здесь ему понадобятся навыки репортажной съемки. Это такие условия труда, когда делать кадры нужно очень быстро, ведь повторно таким же образом события больше не повторятся.

После случившегося часто тоже можно продуктивно поработать: сфотографировать мост, с которого прыгнул человек, людей, которые, к примеру, спасли утопающего. Застать ЧП и его участников помогают и читатели. Ведь многие жители, ставшие свидетелем какого-то события, звонят в редакции и сообщают об этом. Некоторые пострадавшие сами обращаются к журналистам, чтобы те рассказали об их истории. В апреле 2014 года во дворе дома по проспекту Независимости в Усть-Каменогорске от сильного ветра обломился ствол гнилого дерева. Тополь упал на припаркованный автомобиль «Фольксваген Пассат» и, естественно, причинил большой ущерб. Владельцам машины не удалось узнать, кого винить в случившемся, и от кого можно потребовать возмещения убытков. Поэтому они обратились к СМИ. Материал вышел на сайте «УК-news.kz» 14 апреля, и сопровождала его фотография, сделанная фотокорреспондентом газеты, представленная на рисунке 5. В этом случае было уместно отправить фотографа и после случившегося. Ведь еще несколько дней машина простояла под рухнувшим деревом. Фотография смогла передать масштаб ущерба, наглядно показала, какой автомобиль и где пострадал. Также нужно отметить, что изображение помогает читателям удостовериться, что такое произошло на самом деле. Не каждый день деревья падают на автомобили. И когда к такой заметке не прикреплять фотографию, возможно, у читателя возникнут сомнения или останутся вопросы.

Рисунок 5 Дерево упало на автомобиль



2. Аудитория СМИ – это его сила. Многие информационные поводы представились журналистам только благодаря звонкам читателей. Происшествие случается очень быстро. Узнать о нем корреспондент может не в день, когда оно произошло, а через два, три дня, от тех, кто был там. Люди, ставшие очевидцами событий, как правило, стараются задокументировать увиденное – сделать фото или снять видео. Часто они сами обращаются к журналистам с этими кадрами. Если же корреспондент уже взял в разработку тему происшествий и хочет найти фотографии, то он сам постарается найти очевидцев, например, через пресс-службы. В их ежедневных сводках происшествий записаны контакты пострадавших и телефоны тех, кто обратился с сообщением о ЧП. Перед отправкой сводки журналистам контакты стирают по многим причинам, включая законные основания. Но если случившееся является чем-то действительно масштабным, всегда можно попросить контакты у пресс-секретарей. Еще один способ выйти на очевидцев более современен – это социальные сети. Считается, что журналисты должны быть зарегистрированы во многих социальных сетях, даже если они ими не пользуются. Там легко можно найти человека, зная его некоторые данные. Приведу пример: весной 2011 года автобус сообщением Семей – Томск загорелся на трассе, несколько человек погибли. Списки всех

выживших и пострадавших опубликовали на сайте МЧС Российской Федерации. Журналист с помощью этих данных нашла пострадавших в социальной сети и смогла добиться эксклюзивного интервью от непосредственных участников событий.

Некоторые заметки о происшествиях никогда бы не появились, если бы очевидцы не прислали в редакцию фотографии. Так получилось в офисе газеты «Усть-Каменогорск» и их сайта 1720.kz в марте 2014 года. На бульваре Гагарина произошло ДТП – столкнулись два автомобиля. Один человек получил серьезные травмы. Новость вышла на сайте газеты «Усть-Каменогорск» 10 марта и сопровождалась наглядными фотографиями испорченных машин, одну из которых можем увидеть на рисунке 6. Обычно если нет фотографий и ущерб небольшой, журналисты не пишут о такой аварии – без кадров заметка не привлечет внимание читателей. Писать о ДТП, не имея изображения, готовы тогда, когда есть информация о погибших. Здесь же поводом к написанию послужили именно фотографии очевидцев событий.

Рисунок 6 ДТП на бульваре Гагарина



3. Часто при исполнении спасательной операции на место выезжают пресс-секретари ДЧС ВКО и снимают на камеру работу пожарных и спасателей. Следователи полиции, оказавшиеся на месте происшествия, тоже делают снимки, так же, как и таможенники, выявившие незаконные предметы и вещества, которые кто-то пытался вывезти за границу. Всё это снято и задокументировано, чем журналисты и могут воспользоваться, если им нужна фотография к материалу. Что касается пресс-службы ДЧС, то там всегда рады предоставить снимки. Исключение составляют происшествия на режимных объектах или крупных предприятиях – кадры оттуда спасатели не отправляют СМИ, хранят их только для проведения следствия.

Получить фотографии от полиции трудно, часто они ссылаются на тайну следствия или отрицают наличие фотографий, хотя в случае масштабности ЧП и его последствий полицейские сотрудничают со СМИ более охотно.

В департаменте таможенного контроля что-то серьезное происходит редко, но если везут контрабандную продукцию, это фотографируют для отчетности и возбуждения административного или уголовного дела. Иногда что-то фотографируют и врачи. Был случай, когда женщина перерезала себе горло бензопилой, она попала в больницу и, к счастью, осталась жива. Врачи оказали ей помощь, но сфотографировали, в каком состоянии она прибыла. Ведь потом историей должна была заняться полиция, а у следователей должна быть полная картина произошедшего. Фотографией, правда, нельзя было воспользоваться по этическим соображениям, о которых мы расскажем позже.

Пресс-служба хорошо сработала 7 апреля 2014 года, когда писала о пожаре, случившемся днем ранее в квартире дома №6 по улице Егорова в Усть-Каменогорске. Хозяйки в момент ЧП не было дома, и удалось обойтись без пострадавших. Пресс-служба отправила журналистам фотографии обгоревшей квартиры, а также кадр с дознавателем, который обследует объект (рисунок 7). Не каждая газета воспользовалась бы такой фотографией. Событие небольшого масштаба, можно написать небольшую заметку в колонку, а место в центре

полосы рубрики отвести для чего-то более зрелищного, но на сайте YK.KZ новость вышла, и фотографии были прикреплены.

Рисунок 7 Работа дознавателя ДЧС ВКО



Еще один серьезный вопрос: какие фотографии можно публиковать в СМИ? Какие кадры не будут нарушать этические нормы?

Первым делом, конечно же, нужно избегать публикации кадров с трупами, обилием крови. Это очевидно. В погоне за сенсацией журналист не должен терять свою человечность. Пугать аудиторию такими снимками будет неправильно, даже если корреспондент понимает, что такой кадр есть только у него. Вдобавок, фотографии могут нанести моральный ущерб пострадавшим в происшествии, их родственникам и близким.

Задача журналиста – объективно рассказать о случившемся. И если корреспондент намерен прикрепить фотографию, либо оператор выбирает кадры для видеоряда, они должны дополнить слова наглядностью, не вызывая чувство отвращения, не раскрывая кадры смертельных мук или насилия. Что к тому же может случайно стать пропагандой этого насилия.

Фотографии героев публикации можно публиковать только с их разрешения. Если ЧП происходит или произошло в общественном месте,

например, на улице, то фотокорреспондент имеет полное право сделать несколько кадров. Часто водители, попавшие в аварию, эмоционально запрещают фотографам делать кадры ДТП. На самом деле все, что происходит в общественном месте, может попасть в кадр на вполне законных основаниях. При публикации этих изображений желательно стереть автомобильный регистрационный номер, чтобы не испортить репутацию водителю.

Во время проведения фотосъемки журналист должен быть крайне вежлив с пострадавшими. К примеру, если у человека сгорела машина на стоянке, а он против того, чтобы это снимали, не нужно во все горло доказывать, что на съемку есть законное разрешение. Нужно понимать, что у человека сейчас стресс, и ругаться бессмысленно. Вежливость и улыбка могут решить многие проблемы. Было много случаев на практике областных журналистов, когда во время происходящего пострадавшие были категорически против съемки и даже скандалили с применением нецензурной лексики. Спустя некоторое время они успокаивались и даже давали комментарии. Главное – объяснить, что задача журналистов: написать и предупредить такие случаи, а не опорочить честь пострадавших и порадоваться их горю, как многие незнающие люди привыкли считать.

1.4 Социально–психологические особенности поведения людей в чрезвычайных ситуациях

Средства массовой информации, формируя определенное общественное мнение, оказывая влияние на сознание и поведение людей, изменяют и самого человека: его менталитет, ценностные ориентации, а также нравы и мораль общества. Но если в условиях нормального функционирования общества для этого требуется относительно долгий промежуток времени, то в условиях ЧС перемены в поведении происходят одномоментно, степень влияния СМИ на психику людей достигает своего апогея.

В условиях ЧС поведение населения в первую очередь определяется естественно возникающим чувством страха. При преодолении этого чувства осуществляются три основные стратегии: а) само - и взаимопомощи, то есть определенной самоорганизации; б) смирения, фатализма; в) разрушительной паники. Конструктивное поведение в ЧС во многом зависит от степени подготовленности людей к действиям в экстремальных условиях. Поэтому поведение в ЧС выступает в качестве индикатора прочности существующего социального порядка, который во многом определяется сложившейся культурой общества, в свою очередь формируемой массмедиа.

Особенностью психологии масс является ее внушаемость, легковерность, предпочтение слухов официальной информации, заразительность переживаний и убеждений. Все эти особенности определяют специфику работы СМИ в условиях ЧС.

В кризисной ситуации необходимо заранее вводить определенные стабилизаторы поведения, призванные перевести его в социально приемлемое русло. Биологические требования могут блокироваться более сильными социальными нормами. Опыт психиатрии катастроф свидетельствует о том, что в возникновении психических нарушений ведущая роль принадлежит не самой ЧС, а тому, насколько человек как личность воспринимает, переживает и интерпретирует данное событие. Любая ситуация как многофакторное явление может стать чрезвычайной, если она воспринимается, переживается и интерпретируется как лично-значимая, а само переживание по своей интенсивности и длительности может превысить индивидуальные компенсаторные ресурсы данной личности.

Таким образом, приходится признать, что информационный обмен в кризисной ситуации бывает затруднен как объективным конфликтом интересов профессионалов-отраслевиков, ликвидирующих причины и последствия кризиса, с одной стороны, так и журналистов, стремящихся удовлетворить информационные запросы массовой аудитории – с другой. Тем важнее быстро

наладить управление информационным обменом, поставив этот процесс под контроль государства в лице административного органа. При этом важно помнить, что для того, чтобы то или иное информационное сообщение было донесено до аудитории, воспринято аудиторией и положено в основу формирования общественного мнения в связи с кризисной ситуацией, необходимо последовательно решить некоторые задачи:

1) точно сформулировать информационное сообщение, которое должно быть простым и коротким;

2) нести меседж в информационное пространство (это делает официальный, статусный ньюсмейкер);

3) типизировать информационное сообщение, которое должны повторить разные комментаторы в различных СМИ;

4) распространить информационное сообщение с комментариями к нему - это делают журналисты через СМИ.

Реализации такого рода сценариев поможет создание контуров информационного реагирования, которые есть не что иное, как устойчивые механизмы распространения типовой информации в типичных ситуациях, формируемые по инициативе и действующие под управлением конкретной пресс-службы.

Сегодня в практике пресс-служб распространены создание и эксплуатация текущих контуров информационного реагирования. Скажем, всем известно, что по четвергам заседает кабинет министров, и что в начале заседания премьер-министр обязательно сделает краткое заявление по существу главного вопроса повестки дня и что после рассмотрения этого вопроса профильный ньюсмейкер (основной докладчик) проведет брифинг в правительственном пресс-центре. Поэтому СМИ заранее планируют эфирное время и газетные полосы под репортажи своих правительственных корреспондентов. И аудитория привычно ждет к обеду в четверг новостей из Белого дома. Больше того, из числа журналистов, постоянно работающих в Белом доме, сформирован

неформальный правительственный пул, работа с которым позволяет еще больше повысить эффективность эксплуатации данного контура информационного реагирования.

Однако реагирование в критических ситуациях отличается от текущего реагирования непредсказуемостью. Не случайно специалисты в каждой отрасли давно научились выделять типы ЧС на основе их повторяемости, изучать общее, что есть в кризисных ситуациях каждого типа, и разрабатывать четкие процедуры антикризисного реагирования. Но в точности так же следует готовиться и к информационному реагированию в нештатных ситуациях. А в идеале мобилизация кризисных контуров информационного реагирования должна стать частью общего пакета процедур, предусмотренных на случай кризиса.

Иначе говоря, можно и нужно заранее продумать и официально утвердить алгоритмы действия пресс-служб в кризисных ситуациях. Больше того, полезно ознакомить с этими алгоритмами журналистов, входящих в отраслевой пул, то есть постоянно освещающих в формате текущего информационного реагирования события той или иной отрасли.

Анализируя влияние нестабильностей, специалисты выдвинули такое понятие, как тотальное негативное психологическое воздействие, которое оказывает влияние на все население, включая детей. Информационный прессинг становится катализатором многих неожиданных реакций человека.

Тема безопасности жизнедеятельности населения находит свое отражение в прессе только, как правило, в период возникновения крупномасштабных чрезвычайных ситуаций, и как правило, является лишь выражением мнения отдельных ньюсмейкеров и журналистов.

При оповещении населения о чрезвычайной ситуации важно и нужно учитывать количественную и качественную стороны подаваемой информации о трагедии, дабы не привести к двум основным возможным стратегиям поведения населения:

ажиотажу, связанному с поиском необходимой информации;
пассивности, вызванной перенапряжением когнитивных структур
информационным массивом.

Обработка и передача информации, а тем более, аналитический обзор этой информации и подача ее населению происходит в рамках авторских программ или рубрик. При этом, не исключено, что обозреватель может допускать те же ошибки, что и большинство его слушателей (зрителей, читателей), при анализе поступившей ему информации (т.е. заполнение неизвестного собственными догадками, домыслами, предположениями, которые не всегда истинны). Таким образом, мы получим как минимум двойное искажение реальности произошедших событий: и со стороны обозревателя и со стороны населения, получившего данную информацию.

Другая, не менее важная проблема – намеренное искажение истинной информации. Не секрет, что некоторые ведущие создают передачи или пишут статьи «под заказ». И здесь, содержание информации, практически, полностью зависит от мнения и желания заказчика. Не всегда для изменения смысла требуется изменение фактической стороны события, в большинстве случаев требуется изменение приоритетов высказываемой информации, что приводит к увеличению возможных домыслов и предположений (подобное дезинформирование называется PR (public relations)-технологии).

Приведем схему реагирования населения на информацию СМИ о чрезвычайной ситуации (рис.1).



Рис.1 Схема реагирования населения на информацию СМИ о чрезвычайной ситуации

Глава 2. Реальное состояние и механизмы коррекции функционирования средств массовой информации в условиях чрезвычайных ситуаций

2.1 Пресса как источник информации о чрезвычайных ситуациях

Коммуникация является средой обитания современного человека. От ее качества зависит его психическое и физическое состояния. Рост критических настроений и даже агрессии по отношению к СМИ во всех слоях показывает, что, с одной стороны, усиливается травматизация населения средствами массовой информации, а с другой – активизируется стремление к самозащите, которое выражается в падении доверия к СМИ, а также в попытках определить критерии «экологической безопасности» информационной среды.³

Чрезвычайные ситуации в журналистике находятся в том же семантическом поле, что и скандальные происшествия. Механизм выстраивания текста, сюжета при описании катастрофы и скандала одинаков – нарушение привычного состояния вещей. Его основной механизм работает следующим образом. Характер события влияет на его презентацию и рефлексю в СМИ. Рефлексия не конструктивная, а провоцирующая, заставляющая искать в катастрофе «катастрофические» подробности, «катастрофические» последствия; даже причины, спровоцировавшие бедственное событие, часто рассматриваются как «катастрофические»: неадекватная власть, техногенные «коллапсы», неизбежность все большего экономического кризиса. Созданные в подобной логике аналитические и псевдоаналитические сюжеты воссоздают катастрофу, описывая ее во вновь созданном «катастрофичном контексте».

Средства массовой информации, обладая свойством информационно-психологического воздействия на общественное сознание и массовую психику,

усиливают существующую неадекватно высокую индивидуалистичность и социальную ответственность, а также тревожность, попавших в ЧС людей, что снижает адаптационный потенциал и приводит к регрессивной социально-психологической адаптации.

Специфика чрезвычайных ситуаций требует от работающих в ней специалистов, в т.ч. журналистов, специфичных знаний и умений. Читатель, слушатель, зритель ждет от СМИ оценки происходящих событий, которой большинство из массы потребителей информации верит. Поэтому в условиях ЧС столь важным на практике становится понятие социальной ответственности журналистики. Социальная ответственность СМИ видится автору в их способности объединить общество и государство для защиты от техногенных и природных рисков.

В стратегической перспективе деятельность средств массовой информации должна содействовать появлению нового мировоззрения и иного вектора развития цивилизации, направленного на обеспечение комплексной безопасности человека на основе её объединительной способности.

Пресса сегодня - это реальный социально - политический фактор, активно влияющий на общество, экономику, политику, эстетику. Она определяет и формирует взгляды, вкусы, мировоззрение. В начале эры зарождения телевидения специалисты психологи, лингвисты, культурологи увидели заложенные в нем коммуникативные потенции: то, что телевидение может быть универсальным языком всего мира, что с помощью телевидения люди, говорящие на разных языках начнут понимать друг друга лучше. Однако спустя почти столетие с экранов телевизоров на человека потоком льется информация о лжи и клевете, о насилии и убийствах. Для большинства россиян телевидение является основным источником получения информации. Человек просматривает различные виды программ, которые предлагаю телеканалы. На российских телеканалах особое место занимают передачи, освещающие экстремальные

события, такие как катастрофы природного и техногенного характера, грабежи, насилие, убийства, военные конфликты.

Российские СМИ отличаются подробным и трагическим освещением экстремальных событий. Все это сопровождается подробными комментариями, произносимыми ровным голосом диктора за кадром. В любой момент дня и ночи на российском телевидении можно отыскать либо криминальную программу, либо бандитский сериал. Насилие показывают все более и более реалистично.

Смотря на проблему с точки зрения поведенческой концепции, то можно предположить, что телевидение привлекает нас из-за нашей биологической ориентировочной реакции, впервые описанной Павловым И.П.

Ведущий телеканал Восточно-Казахстанской области является филиалом государственной телекомпании «Казахстан». К сожалению, региональная трансляция выглядит скудной и некрасочной. Помимо телеканала «Казахстан-Оскемен» работает «Калкен ТВ», однако он почти не имеет своих программ кроме выпуска новостей. Сеть вещания наполняется исключительно за счёт государственного заказа, поэтому сотрудников больше волнуют чиновники, нежели происшествия и другие острые проблемы. Также в регионе работают представители крупных республиканских каналов, таких как «КТК», «Хабар», «Астана» и т. д. Но это уже другой уровень работы.

Поэтому в центре нашего внимания является деятельность телеканала «Казахстан-Оскемен». Сетка вещания состоит из утренних развлекательных программ, аналитических и ток-шоу, часть из которых транслируется в прямом эфире, новостных передач.

Происшествия освещать на телеканале очень сложно. В газете, если писать о событии после того, как оно уже прошло, легко восстановить хронологию, получить информацию от всех источников, соединить это всё в заметку и опубликовать. Каналу же нужен видеоряд [16, с. 109]. И если оператор не успел выехать на место происшествия, то и смысла писать о нём нет. Телеканал не будет говорить о незаметном факте, который затронула бы газета при недостатке

информации. Но серьезные происшествия журналисты всегда стараются осветить. Естественно, такие репортажи возглавляют выпуски новостей (на телеканале «Казахстан-Оскемен» выпуск новостей называется «Акпар»), идут в числе первых сюжетов.

Есть несколько вариантов, как телевизионщик может сформировать сюжет о ЧП [16, с. 109].

Первый – он сумел найти видеоролик очевидца с места события, либо получить оперативную съемку от пресс-служб департаментов внутренних дел, либо чрезвычайных ситуаций. Установленный на телеканале хронометраж новостного сюжета составляет 1,5 минуты. По международным стандартам он не должен превышать трёх минут. Таким образом видеоданных вполне хватит на короткий репортаж. Останется добавить лишь интервью со специалистом, и, если удастся, с пострадавшим. Обо всём этом можно легко договориться и просто приехать к интервьюируемым лицам в рабочее время, склеить кадры оперативников и интервью.

Второй вариант – выезд на место происшествия. Причём он подразумевает не только присутствие на месте непосредственно во время события. Не менее интересными и информативными будут кадры после события. Для примера приведём сюжет программы «Акпар» от 26 сентября 2013 года о пожаре на территории газонаполнительной станции. Вполне уместными там выглядят кадры уже сгоревшей автоцистерны, обугленной травы и эвакуированных за пределы территории сотрудников. Здесь же можно взять интервью у рабочих, у начальства, у пожарных и дознавателей. Главное – мыслить шире и думать, какими еще картинками можно описать проблему. Конечно, если оператор успеет приехать еще до тушения, заснять дым, огонь и пожарных при исполнении, то это привнесёт эксклюзивность репортажу. Просто в условиях нынешнего сотрудничества с оперативниками такой исход событий выглядит слишком идеальным и вряд ли осуществляемым.

Третий вариант является самым нежелательным для телевидения, тем не менее, «Казахстан-Оскемен» им часто пользуется. Заключается он в следующем: журналист хочет рассказать о происшествии, но по разным причинам не имеет видеоряда, и уже не сможет его достать. Тогда текст перекрывается архивными кадрами общего значения. К примеру, говоря о рыбаке, провалившемся зимой под лёд, можно показать других рыбаков на льду водоёма, никак не связанного с тем, где произошло ЧП, заледеневшие озёра и т. д. Как правило, скудные кадры разбавляются коротким интервью, получить которое есть возможность всегда.

Что интересно, хотя и малополезно для телеканала, все эти новостные сюжеты потом выходят еще раз, но уже в отдельной программе. На базе павильона телестудии ведутся съемки передачи «Рейд тайм». 20-минутный выпуск полностью посвящен чрезвычайным и криминальным происшествиям. Подводки с ведущим снимают в павильоне, а потом накладывают уже готовые новостные сюжеты.

В чём минус? Основное наполнение передачи является абсолютно неоригинальным и уже неактуальным. Иногда хронометраж сюжетов увеличивается специально для программы, то есть в новостные выпуски добавляют дополнительные комментарии, возможно, раскрываются новые подробности. Но основной состав повторяется. Крупные телеканалы такого не допускают, в идеале и регионы должны придерживаться подобной политики. Но причин поступать так у руководства немало: нехватка репортажей в новостной передаче, например. Также в новости может быть упомянута острая проблема, которая достойна большего, чем простого обозначения только лишь в программе «Рейд тайм».

Как строится материал о происшествии на телевидении? Рассмотрим подробно репортаж о неисправности электропроводки в одном из домов Усть-Каменогорска, которая привела к порче электротехники у большинства жильцов.

Журналист работал следующим образом: он посетил общее собрание жильцов, посвященное этой теме, где присутствовали все необходимые

респонденты – это и пострадавшие, и председатель КСК, и старший по дому, и чиновник. Корреспондент взял интервью, побывал в квартирах, где перегорела техника. Оператор сделал все необходимые кадры.

Ориентировочная реакция – это наша инстинктивная визуальная или слуховая реакция на внезапный или же неизвестный ранее раздражитель. Это врожденная восприимчивость к потенциальной угрозе. Быстрая смена кадров, внезапные шумы могут подстегивать непровольные реакции и повышать зрительский интерес. В передачах, демонстрирующих насилие, их создатели также ориентируются на интерес зрителя к шокирующей, новой информации.

Специфика чрезвычайных ситуаций требует от журналистов специфических знаний и умений. Читатель, слушатель, зритель ждет от СМИ оценки происходящих событий, которой большинство из массы потребителей информации верит. Поэтому в условиях ЧС столь важным на практике становится понятие социальной ответственности журналистики [12, с. 87]. Социальная ответственность СМИ видится автору в их способности объединить общество и государство для защиты от техногенных и природных рисков.

В стратегической перспективе работа средств массовой информации должна содействовать появлению нового мировоззрения и иного вектора развития цивилизации, направленного на обеспечение комплексной безопасности человека на основе её объединительной способности.

Пресса сегодня – это реальный социально-политический фактор, активно влияющий на общество, экономику, политику, эстетику. Она определяет и формирует взгляды, вкусы, мировоззрение. В начале эры телевидения специалисты – психологи, лингвисты, культурологи – увидели заложенные в нем коммуникативные потенции: то, что телевидение может быть универсальным языком всего мира, что с помощью телевидения люди, говорящие на разных языках, начнут понимать друг друга лучше. Для большинства казахстанцев телевидение является основным источником получения информации [13 с. 56]. Человек просматривает различные виды программ, которые предлагают

телеканалы. Особое место занимают передачи, освещающие экстремальные события, такие как катастрофы природного и техногенного характера, происшествия разных масштабов.

Эти темы вызывают большой интерес у зрителя, читателя. Но даже маленькая заметка требует больших усилий журналиста. В первую очередь корреспондент должен быть психологически готовым к тому, чтобы ежедневно иметь дело с гибелью людей. Писать придётся и про женщин, оказавшихся под колёсами автомобилей, и про детей, задохнувшихся при пожаре угарным газом, и про утонувших рыбаков. Несомненно, это оставит большой отпечаток в сознании репортёра. Тем не менее, следует быть настроенным на то, что об этом нужно говорить, потому что большинство людей прочитают и будут бояться повторения таких ситуаций. Следовательно, они постараются избежать несчастных случаев: не оставлять детей без присмотра, надевать спасательные жилеты, учить номера телефонов спасательных служб и т. д. Часто пресс-секретари просят в материал, к примеру, об утопленниках, добавить строчку: «Спасатели предупреждают: плавать можно только в местах, организованных для купания». Такие заявления журналисты игнорируют. Открытые нравоучения и наставления люди воспринимают критически. Грамотный текст заметки, составленный корреспондентом, и будет являться предупреждением.

Если мы говорим об общении с пострадавшим или его родными, нужно придерживаться нескольких правил [14, с. 150].

Всегда относиться к жертвам с достоинством и уважением. Журналисты всегда ищут возможность поговорить с пострадавшими, но делать это нужно очень деликатно, зная, как и когда завершить разговор. Нужно чётко представиться. Реакция на эту просьбу будет достаточно резкой, особенно от родителей, чьи дети оказались в числе жертв. И этому не стоит удивляться. Однако не нужно отвечать резкостью на резкость. Нужно выразить сочувствие постигшему их горю, говорить иногда «я понимаю» или «я знаю, что вы чувствуете». Не стоит ошеломлять вначале наиболее трудными вопросами.

Начинать интервью лучше с вопросов типа: «можете ли вы мне рассказать о жизни Марии?» или «а чем Мария любила заниматься?» Самая грубая ошибка, допускаемая репортёром – когда он сам много говорит.

Надо быть осторожным при интервьюировании родственников кого-либо из числящихся в списке пропавших. Нужно стараться объяснить, что вы хотите описать их жизнь до исчезновения, а не готовить некролог. Если вы не можете выйти на контакт с жертвой или кем-то, кто остался в живых, постарайтесь позвонить их родственникам или в полицию с просьбой об интервью или комментариях. Если вы столкнулись с резкой реакцией, оставьте ваш номер телефона или визитную карточку и объясните, что лицо, которое вас интересует, может позвонить вам в случае, если он или она всё же захотят с вами поговорить. Эта тактика часто приводит к созданию самых интересных материалов.

Если редактор просит составить материал о погибшем человеке, это будет сложным заданием. Психологически и морально тяжело переступить через себя. Тем не менее, такие материалы есть, и для их написания тоже нужны определённые правила. Советы мы взяли из учебников, которые используются в школах журналистики Великобритании [15].

1) Сосредоточьтесь на жизни человека. Узнайте, чем именно отличался этот человек. Его особенности, убеждения, окружение (семья, друзья, увлечения), его привязанности и антипатии. Относитесь к человеческой жизни с той же осторожностью, с какой фотограф вставляет в рамку портрет.

2) Всегда будьте точны. Перепроверяйте информацию вместе с вашим героем или с тем, кто его хорошо знает, особенно проверяйте правильность имен, фактов и цитат. Это имеет большое значение. Когда впервые вы говорите с жертвой или человеком, пережившим катастрофу, он или она могут быть смущены или смятены. Перепроверка, как правило, гарантирует точность. Она также может предоставить вам дополнительную информацию и материал, который вы можете использовать.

3) Используйте подходящие детали, которые помогут вам воссоздать образ жизни тех, о ком вы пишете. Например: «Константин любил играть на гитаре, развлекая по вечерам свою семью, что также помогало ему снимать стресс, которым изобиловала служба полицейского».

4) Избегайте ненужных и кровавых подробностей в описании трагических смертей. После взрыва мадридского поезда в 2004 году некоторые репортеры решили не сообщать, что частями тел убитых было усеяно железнодорожное полотно. Порой подобного рода детали необходимы. Иногда – нет. Спросите самого себя, уместны ли такие изображения, или же они могут причинить ненужный вред вашей читательской или зрительской аудитории.

5) Избегайте клише. Особенно тщательно взвешивайте каждую фразу или слово, которые вы используете: добавляют ли они что-либо существенное к пониманию вашими читателями, зрителями или радиослушателями происшедшего? Не грешит ли ваше повествование сентиментальностью? Не говорите, к примеру, так: «Община в шоке оплакивает мёртвых» или «Жители всё ещё стараются прийти в себя от трагедии». Конечно, они стараются. Пользуйтесь простыми и ясными словами, как это делают хорошие писатели при написании любого рассказа.

6) Используйте цитаты и истории из воспоминаний родственников и друзей о личности и жизни жертвы трагедии. Особенно те, которые рассказывают, как ваш герой преодолевал трудности. Ищите недавние фотографии жертвы (однако всегда возвращайте их как можно быстрее) и не обязательно используйте ту, которая нравится семье. Близким может быть больно видеть такой снимок на экране телевизора или на газетной полосе.

Сейчас мы говорим об освещении именно трагических событий, потому что именно они создают трудности для журналистов. После масштабных ЧС, в которых пострадали десятки человек, как авиакатастрофа, обвал в шахте и т.п. СМИ придётся писать об этом, чтобы рассказать жителям о том, что происходит в их стране, городе, регионе. Каждое издание будет стараться сделать свой

материал оригинальным и добавить туда по максимуму эксклюзива. Как не перейти границы?

А) Не забывайте, что освещение вами травматических событий окажет воздействие на ваших читателей, зрителей или слушателей. Помните, что тональность вашего репортажа может повлиять на восприятие события обществом. Поэтому вы должны установить правила, которыми будете пользоваться при описании: например, планируйте показ траурного митинга памяти жертв вместо частных похорон. И если вы всё-таки решили рассказать о каких-то конкретных похоронах, позвоните семье или полиции, чтобы быть уверенным, что вы не будете там помехой.

Б) Создавайте сюжеты о жизни погибших и о том, каким было их место в обществе. Это могут быть короткие зарисовки о жертвах и их любимых занятиях; о том, что их отличало и каким было воздействие их жизней на других. В большинстве случаев родственники готовы рассказать о своих близких, жертвах трагедии, если убедятся, что именно подобного рода материал готовит репортер. В 1995 году после взрыва в городе Оклахома, местная газета «The Oklahoman» опубликовала очерки о жертвах под рубрикой «Профили жизни». После атаки на Всемирный Торговый Центр в Нью-Йорке 11 сентября 2004 года газета «Нью-Йорк Таймс» назвала свои короткие зарисовки о жертвах взрыва «Лики города». Такого рода короткие истории могут печататься ежедневно, пока не будет рассказано обо всех жертвах. Порой это ведет к созданию масштабных материалов.

В) Дайте людям возможность высказаться о том, что их волнует и что вселяет надежду. Расскажите, каким образом люди могут помочь, и какая работа уже проделана. Фрэнк Окберг, почётный председатель исполнительного комитета Центра Дарт, говорит: «Журналисты и психотерапевты встречаются лицом к лицу со схожими трудностями, когда они осознают, что их субъектам может быть причинен ещё больший вред. Методы могут различаться, но цели те же – подсказать, где люди могут получить помощь».

Г) Узнайте, как люди помогают пострадавшим, отыщите факты проявления доброты и расскажите о них. Это поможет процессу оздоровления. Нет ничего зазорного в том, что журналисты наряду с новостями дают обществу надежду.

Д) Постоянно задавайте себе вопрос – что публика действительно должна знать непременно, а что в освещении событий излишне? Когда сюжет увлекает репортера, но не публику? Жизнь общества – это гораздо больше, чем только массовые убийства или катастрофы. И работа журналиста должна это отражать.

2.2 Масс-медиа в формировании общественного мнения по проблемам чрезвычайных ситуаций

«В журналистской профессии профессионализм и этика неразделимы так же, как жужжание и муха», – писал аргентинский писатель Габриель Гарсиа Маркес в своем эссе о проблемах журналистики. Но что означает понятие этики? Если заглянуть в философский словарь, этика – «это учение о нравственности и морали, которое учит нас оценивать каждую ситуацию, чтобы совершать правильные поступки» [6, с. 198].

Дискуссии о духовных и нравственных основах журналистской деятельности начались уже в 18 веке. Одним из предметов дискуссии был свод правил «честной литературной борьбы». Согласно этому своеобразному кодексу этики, «журналист не может быть уважаем в обществе, если он искажает истинную картину событий, допускает резкие выражения в чей-либо адрес без достаточных оснований, сопровождает критику бранью, нагнетает обстановку и способствует распространению разрушительных идей в обществе, упрекает своего оппонента за его происхождение, религию, национальность». К сожалению, с тех пор пресса много раз нарушала эти простые, на первый взгляд, этические правила, что «привело к значительному снижению доверия читателей к печатному слову уже в начале 20 века» [7, с. 464]. В периоды войн, социальных катаклизмов и политической напряженности репортерские новости

показали, насколько опасным оружием может быть информация и как она может манипулировать общественным сознанием. Поэтому вопрос этики корреспондентов в любом издании должен выноситься на первый план.

«Оказавшись в эпицентре какого-то происшествия, журналисту нужно прежде всего объективно оценить ситуацию, сделать логические выводы и взвесить тот эффект, который может вызвать его материал» [8, с. 74]. С одной стороны, задача журналиста – донести информацию до читателя. С другой стороны, он несет ответственность за то, к чему могут привести представленные им факты. «Одно из главных правил журналистской этики гласит, что нельзя нарушать гражданские права личности, вторгаться в частную жизнь людей и их профессиональные тайны без их ведома и согласия» [9, с. 7]. Есть, конечно, особые случаи – журналистские расследования, призванные найти причины негативных явлений в обществе, но, если говорить в целом, лучше пожертвовать сенсационным фактом, чем нанести вред конкретному человеку. Маленький пример: в ходе интервью человек, упомянув о своих проблемах в прошлом с органами государственной безопасности, попросил журналиста об этом не писать и даже объяснил причины. Журналист же построил свой материал именно на этом факте, проявив как профессиональную, так и личную некорректность. Да, к сожалению, снижение уровня профессиональной этики журналистов сегодня зачастую обуславливается борьбой за читательский рынок, где «все средства хороши, лишь бы выжить», лишь бы издание покупали. Опасности этического плана связаны с некорректными способами добычи информации, с увлечением бойкими высказываниями, сарказмом, погоней за сенсацией.

Профессиональная этика журналиста проявляется и в ходе проводимых им интервью: в какой форме он задает вопросы, на чем акцентирует внимание, насколько это допускает его собеседник. Существует такой тест проверки интервью на этическую корректность. Прежде чем задать какой-то вопрос своему собеседнику, нужно спросить себя: «А как бы я сам отреагировал на

это?». Излишний негативизм прессы, фиксация ужасов – это тоже признак недостаточного профессионализма.

В процессе своей деятельности журналист сталкивается со множеством людей, которые могут быть объектом его профессионального интереса. Для сбора информации журналисту придётся общаться с людьми разных социальных слоёв, разного образовательного и культурного уровня. В большинстве случаев тема беседы будет малоприятной – ведь происшествия всегда несут урон имуществу человека, или его здоровью. Непосредственно пострадавшие, очевидцы, возможно, будут в подавленном состоянии. Если репортёр намерен писать действительно о трагичном событии, следует быть готовым к отказу источника давать интервью.

Как должен вести себя журналист, если он оказался на месте происшествия? В первую очередь, он должен выполнять правила безопасности – соблюдать дистанцию, указанную спасателями, не мешать специалистам спецслужбы выполнять свою работу. Ведь от их действий зависят жизни. Сотрудник СМИ должен наблюдать за происходящим, прислушиваться к диалогу спасателей – они в разговорах между собой будут комментировать обстановку. Журналист может фотографировать, снимать на камеру, но только если в кадре нет кровавых, откровенно жутких сцен, трупов. Эстетически неверным будет показывать в новостях кадры страданий. Комментарии сотрудников спецслужбы лучше взять сразу после того, как они завершили операцию – когда будет снято напряжение. Если это не помешает (например, если спасатели делают перерыв, или сменяются, либо руководство находится вне горячей точки), вполне допустимо задать вопросы и в ходе их действий. Этично ли будет пытаться взять интервью у пострадавших во время проведения спасательной операции? Общего ответа нет, ведь происшествия, как и люди, бывают довольно разные. Всё зависит от масштаба ситуации, размера ущерба человеку. В большинстве случаев, чтобы сделать статью интересной, будет достаточно и комментариев очевидцев. Будет уместно спросить об увиденном,

услышанном соседей, прохожих, работников фирм, расположенных неподалёку от горячей точки. Но если, к примеру, произошел пожар, где погиб человек, а журналист приезжает на место происшествия и пытается разговорить его родственников, убитых горем, это можно считать крайне нетактичным. И хотя большинство региональных журналистов пытается во время трагедии связаться с близкими людьми погибшего человека, большинство высокопрофессиональных сотрудников СМИ считают это неприемлемым в работе корреспондента и не советуют развивать такой опыт. Человеческие чувства для журналиста должны быть дороже горячих фактов, иначе работа репортёра превратится в то, чем занимаются сотрудники «желтой прессы».

С официальными источниками работать в этом плане проще. Для департаментов по ЧС и внутренних дел ежедневные аварии несчастные случаи - обыденность. С ними можно работать через пресс-службы, которые, как было сказано выше, обязаны помогать СМИ, через запросы. Если это возможно, репортёр вправе сделать звонок напрямую руководителю ведомства, либо его заместителям. Откажутся они говорить, или согласятся – это другой вопрос. Но если руководство всё же пойдёт на контакт, у журналиста будет хорошая возможность сделать эксклюзивный материал, а также найти темы для следующих статей.

Спорным моментом для журналистов является раскрытие имени пострадавших. Большинство изданий, публикуя информацию о происшествии, чаще всего меняет настоящие имя и фамилию героя публикации. Насколько этичным будет писать правдивые данные пострадавших? На основе материалов региональных СМИ можно сделать выводы, что настоящие имена употребляются в материалах о трагической гибели жителей. Для примера можно привести статью «Ушла не попрощавшись» (газета «Мой город», №18 от 2 мая 2013 года) о самоубийстве супруги экс-голкипера команды «Казцинк-Торпедо», 29-летней Ольги Огурешниковой. Также раскрываются данные жителей, которые оказывали какую-либо помощь при чрезвычайных ситуациях (пример –

заметка «Награда за мужество», опубликованная на сайте YK.KZ от 3 июня 2013 года, о бетонщике из Семей, спасшего двух детей при пожаре в их квартире. Принятая норма журналистики – печатать имя и фамилию. Но иногда используются одни лишь имена, без фамилий, иногда – имена и отчества. В некоторых заметках наличие имени ничем не обуславливается, поэтому его вообще не называют. На сайте 1720.kz в материале от 8 апреля «Ушёл на пашню и не вернулся» не раскрывается имя потерявшегося, и подобный вариант чаще всего приемлем в региональных СМИ. Имена пострадавших не называют, чтобы не причинить моральный вред их семьям, случайно не опорочить их личности. Главной информацией является причина происшествия и её последствия. На этом сотрудники СМИ и делают акцент. Другое дело, если пострадавшие или их близкие дают комментарий корреспонденту. Тогда этически правильно будет спросить у героя статьи разрешения на публикацию его имени и фамилии. Он вправе отказаться.

С особой осторожностью нужно подходить к написанию заголовков. Ни в коем случае он не должен содержать даже малую долю юмора, а также укор пострадавшему, за то, что он оступился и попал в такую ситуацию. К примеру, заметку о том, как девушка сбросилась с моста в Семей совершенно некорректно будет назвать «А мне летать охота». К счастью, главные редакторы местных СМИ вовремя находят и меняют такие заголовки.

Лексика в заметке о происшествии – отдельный разговор. Журналист должен вооружиться словарём синонимов. Вместо «мертвец» лучше писать «погибший», вместо «автомобиль задавил» уместнее будет «сбил», либо «попал под колёса автомобиля». Журналисту нужно помнить, что своим словом он может причинить моральный ущерб близким пострадавшего.

Существуют и некоторые юридические моменты. К примеру, человека, в отношении которого ведётся следствие, нельзя называть преступником, убийцей, насильником и т.д. Правило распространяется до того времени, пока не будет обнародовано решение суда. Даже если по материалам дела все улики будут

свидетельствовать против этого лица, законодательно запрещено представителям СМИ делать поспешные выводы. Точку в любой истории с погибшими и пострадавшими ставит судья. Когда он признает человека виновным в том или ином деянии, тогда и можно будет говорить, что он является преступником. В иных случаях лучше употреблять выражения «подозреваемый», «по версии следствия».

Большие споры возникают у журналистов относительно использования диктофона. Для региональных СМИ в нынешнее время диктофонная запись – это не только основа материала, но и юридическая защита. Каждый журналист, работающий в изданиях ВКО, для полной надёжности записывает все диалоги с интервьюируемым – телефонные и личные. Это даёт гарантию того, что если в материале из-за некомпетентности источника появится ошибка, редакция будет вправе снять с себя вину и доказать, что написанное – не выдумка репортёра, а слова героя статьи.

Этические нормы обязывают корреспондентов спрашивать разрешения у героя публикации перед записью разговора на диктофон. Но разве люди, отвечающие на вопросы заранее представившемуся журналисту, не осознают, что их ответы могут использовать в материале? Происшествие – тема, в которой можно допустить сотни ошибок, начиная от количества пострадавших и названий марок автомобилей, заканчивая именами и фамилиями интервьюируемых. Казус случился в 2012 году в редакции газеты «Мой город». Пресс-секретарь Центра экологической безопасности прислала пресс-релиз о том, что на территории Усть-Каменогорска в районе поселка Аблакетка расположено ядовитое озеро. Позже во время телефонного разговора с журналистом пресс-секретарь рассказала про ещё одно озеро, с которым экологам также предстоит работать. Описала место и масштабы загрязнения. Материал вышел в №45 под названием «Живая» водица – напиться и...» После этого в редакцию последовал ряд звонков и претензий от руководителей крупных промышленных предприятий, которых пресс-секретарь Центра

экологической безопасности обвиняла в образовании озера. Только диктофонные записи и бумаги, находившиеся в архиве электронной почты, смогли доказать, что журналист опубликовал данные, предоставленные специалистами, чью компетенцию впредь в редакции поставили под сомнение. Таким образом мы считаем, что «журналисту-чезснику» необходимо все разговоры записывать на диктофон.

Журналистами и издателями много лет назад был разработан некий свод «правил журналистской этики», регламентирующих, что журналист может себе позволить, а что – не может. Эти правила не являются абсолютными – в принципе, у каждой крупной газеты есть свой «кодекс чести журналиста», хотя большая часть правил одинакова для всех. Некоторые этические нормы и принципы кодифицируются в законе, в этом случае государство требует от своих граждан следовать конкретному правилу или принципу в процессе принятия ими решений. На практике же нравственный выбор предполагает определённую свободу в принятии решения, причем возможны градации правоты и неправоты, поскольку невозможно отыскать нравственное решение, подходящее ко всем случаям жизни.

Журналистская этика – понятие, которым обозначается изучение и практическое применение стандартов профессионального поведения в журналистике, специфика возникающего здесь нравственного выбора.

Журналистская этика распространяется на процесс принятия решений в специфических ситуациях, но и здесь выбор должен соотноситься с фундаментальными правилами и принципами. Таким образом, журналист, работник профессии, где так много стандартизированных приёмов, но так мало абсолютных правил, имеет целый спектр возможных решений, выбирая между этичным и неэтичным поступком. Для журналистов это означает необходимость сделать такой выбор, который согласовывался бы с правилами и принципами профессии, записанными в этическом кодексе.

Следование правилам журналистской этики зачастую избавляет автора от возможных проблем с представителями закона, работает на его репутацию и позволяет ему, хоть это и звучит несколько напыщенно, не утратить чести и сохранить самоуважение. Серьезный журналист, являющийся или желающий стать профессионалом, сознающий свою ответственность перед читателями – такой человек приложит все силы к тому, чтобы не нарушить правила «кодекса чести журналиста».

В Казахстане, как, впрочем, и в других странах, выходят «желтые» газеты, с журналистами которых разговаривать об этике просто бессмысленно.

Главным профессиональным качеством журналиста должна быть объективность. Для журналистов объективность не означает такое освещение фактов, которое исключает эмоции и отделяет факты от мнений [10, с. 116]. Журналистская объективность часто ассоциируется с «перевернутой пирамидой» и структурой написания текста, когда факты располагаются сверху вниз в соответствии с их важностью и даётся ответ на вопросы «кто? что? где? почему? когда? и как?».

Рассмотрим подробнее упомянутые правила журналистской этики.

1. Следовать фактам.

Это первое – и самое главное правило, основа основ журналистской этики. Суть работы журналиста в том, чтобы сообщать читателям факты – и на этом фундаменте он должен строить свои материалы. Да, разумеется, автор может анализировать, выдвигать гипотезы и т.п. – но все это опирается на факты. Грубо говоря, журналисту не позволено иметь собственного мнения, если он не может подкрепить его фактами. Иначе это просто не журналистика. Если автор любит придумывать истории, пусть пишет художественную литературу. Если автор любит убеждать людей, воздействуя на их эмоции, выигрывая на стадном чувстве, – он может заняться рекламой или PR. Журналист – будь то репортер, «новостник», специалист по журналистским расследованиям или спортивный комментатор – работает в первую очередь с фактами.

СМИ рассматриваются как основной субъект формирования общественного мнения. Компетентность общественного мнения зависит от меры гласности и свободы информации в обществе. Отсутствие достоверной информации приводит к тому, что общественное мнение формируется на базе недостоверных данных, например, слухов.

Бервеновой О.В. был проведен экспертный опрос, цель которого заключалась в оценке места, роли, значения и возможности СМИ в условиях ЧС. Предполагалось также выявить особенности функционирования СМИ во время и после ЧС, ранжировать по степени значимости их функции в обозначенных условиях. Состав экспертной группы позволил расценивать полученную информацию как репрезентативную. Прежде чем ответить на основные вопросы по проблеме, экспертам предлагалось определиться, имеет ли вообще смысл говорить сегодня о катастрофичности мира, с тем чтобы определить общий уровень стрессированности общества.

Более 83 % опрошенных считают, что такие признаки явно существуют. На вопрос, в чем они выражаются, ответы в процентном соотношении расположились следующим образом: природные катастрофы (50), техногенные (42), экологические (33), социальные и глобализм (по 17), системный кризис (15), бытовые пожары (14), демографический кризис (5), другое (9).

На вопрос: «Способствует ли содержание СМИ преодолению последствий кризисных ситуаций для массового сознания» 51 % ответили отрицательно, 10% сочли, что СМИ усугубляют таковые, и лишь 5% видят позитивную роль СМИ. 31% высказались в пользу СМИ, но с оговоркой, что СМИ недостаточно используют свой потенциал.

Не меньший научный и практический интерес представляет мнение экспертов по поводу роли СМИ в противодействии кризисным ситуациям. Так, 61% видят эту роль в просветительском характере содержания СМИ, 27% считают, что они должны вести профилактическую работу с населением, 21 %

высказались за повышение качества информации, 19% уверены, что СМИ должны иметь гражданскую позицию, 18% видят роль СМИ в определенной медиатерапии общества.

Одной из задач проводимого экспертного опроса являлось выявление алгоритмов деятельности СМИ в различные периоды ЧС: до, во время и после.

Используя данные опроса, можно прийти к выводу, что на различных этапах развития кризисной ситуации основные функции СМИ должны претерпевать трансформации. В частности, с целью эффективного использования компенсаторных ресурсов СМИ должны быть изменены алгоритмы, существующие при работе СМИ в штатном режиме. Так, на вопрос: «Какая из функций СМИ способствует снижению негативных последствий ЧС «до, во время и после ЧС» - ответы расположились следующим образом:

До ЧС – просветительская 82%, информационная 30%, пропагандистская 19%, психотерапевтическая 6%.

Во время ЧС – информационная 84%, психотерапевтическая 23%, просветительская 9%, пропагандистская 6%.

После ЧС – психотерапевтическая 68,5%, пропагандистская – 32,6%, 18% - информационная, просветительская – 15,7%.

Эксперты практически единодушны в своем мнении, что СМИ обладают значительными компенсаторными ресурсами, способными в определенной степени возмещать психологический дискомфорт пострадавших, влиять на их социально-психологическое состояние. При этом необходимо при освещении ЧС повысить уровень достоверности информации, снизить уровень сенсационности подачи материала, дифференцировать информационные потоки, сочетать функции информационную и психотерапевтическую, работать во взаимодействии с властью и т.д. Все это говорит об одном: в условиях ЧС необходимо управлять информационными потоками.

2.3 Механизмы коррекции функционирования средств массовой информации в нештатном режиме

По прогнозам специалистов, в перспективе СМИ будут особо заинтересованы в освещении двух типов кризисов: во-первых, масштабных (мега) катастроф, определяемых по экономическому критерию – количеству реальных и потенциальных жертв и объему материального ущерба, и, во-вторых, кризисов, чреватых паникой, общим стрессом и расколом в обществе, которые не имеют под собой материальной почвы (реальных событий), но инициируются слухами, провокациями и т.п.⁴ Такие кризисы могут создаваться искусственно и серьезно деформировать социальную и институциональную структуру общества. В связи с этим встает проблема коррекции деятельности СМИ на парадигмальном уровне, особенно в части их функционирования в кризисных ситуациях, для того, чтобы вектор развития СМИ был ориентирован на повышение их компенсаторных ресурсов. При рассмотрении данного вопроса автор исходит из существующих в обществе двух точек зрения.

1. Ограничения деятельности СМИ в условиях чрезвычайных ситуаций нормативно-правовыми рамками.

2. Регулирование деятельности журналистов морально-этическими нормами. Это означает, что коррекция осуществляется не законодательством, а механизмом изменения массовых предпочтений и общественного мнения.

Следовательно, информационные каналы, технологии и типы информации, использование которых не поощряется и даже осуждается в обществе, естественным путем задерживаются этим фильтром или ослабляются настолько, что их применение становится практически нецелесообразным.

Исходя из того, что доступ к СМИ с целью изложения своей позиции в большинстве случаев является одной из главных целей террористов, журналистам необходимо не брать у террористов интервью по своей инициативе, не предоставлять им возможности выхода в прямой эфир без предварительных консультаций с правоохранительными органами, помнить, что

прямая трансляция может использоваться террористами для передачи условных сигналов сообщникам в других местах, а также быть готовыми в любой момент прервать прямую трансляцию с места события. Журналистам также не рекомендуется делать попытки получить доступ к секретной информации спецслужб, проводящих контртеррористическую операцию. При освещении события им не следует мешать работать правоохранительным органам, медицинским и иным службам, чьей задачей является спасение людей. СМИ также необходимо избегать излишней сенсационности и натурализма при показе жестокости и насилия, с уважением относиться к нравственным и религиозным чувствам своей аудитории. В рекомендациях, список которых содержит 16 пунктов, также указывается на необходимость своевременно предупреждать официальные органы обо всех ставших вам известными планах проведения или развития террористических актов, даже если они представляются вам маловероятными.

Рубрика «Происшествия» в газете «Устинка плюс» схожа по конструкции с полосой «В зоне внимания» в газете «Мой город». Она также имеет центральное поле и колонку, но есть разница в масштабе заметок и графических тонкостях. Крупный размер шрифта помогает журналистам не растягивать заметки, а публиковать ровно то, что они считают нужным. Фотографии имеют большой масштаб.

Мы изучили материалы на полосе «Происшествия» в №20 от 15 мая 2014 года и выбрали самый неудачный, по нашему мнению, чтобы разобрать ошибки.

«Коварный клещ.

50-летнюю жительницу Катон-Карагайского района укусил клещ. Пострадавшая обратилась в больницу, медики приняли все необходимые меры. Однако несчастная впала в кому.

Паразит оказался носителем вируса и не поддавался иммуноглобулину. Сначала у пациентки поднялась температура, затем появились психические нарушения и частые потери сознания.

Женщину доставили в реанимацию первой городской больницы областного центра.

Медики говорят, что пострадавшая пришла в сознание, но лечение продолжается – она будет находиться под присмотром врачей не менее трёх месяцев».

Нет ни одной ссылки на источник – это важнейший минус этой заметки. В последнем абзаце написано «медики говорят», но это слишком размытая ссылка. Особенно отсутствие источников бросается в глаза, если читатель видел эту новость в другом издании. Многие люди покупают несколько областных газет и ещё успевают и информационные сайты читать. Поэтому проигрывать в достоверности информации даже при небольшой конкуренции – изданию же дороже. В той же газете «Мой город» материал был шире и с комментариями специалистов.

Также в материале есть некоторые хронологические неточности. В лиде сказано, что пострадавшая впала в кому. А в основной части указано, что женщину доставили в больницу после психических нарушений. Корреспонденту нужно было указать, когда же она впала в кому – до обращения в больницу, или после.

Личное пожелание – хотелось бы прочесть продолжение истории и узнать, отчего женщине стало настолько плохо, какую инфекцию она подцепила от клеща.

В газете «Рудный Алтай» рубрики для происшествий нет. Это – официальная газета, её финансирует областной акимат, выписывают все чиновники. Поэтому и материалы о происшествиях стоят на последнем месте. Журналисты пишут лишь о таких ЧС, которые в действительности угрожают многим жителям региона. Проанализировав несколько экземпляров, материалы о происшествиях всё же удалось найти.

Например, в №33 от 21 марта 2015 года в рубрике «Репортёр» вышло сразу три материала о происшествиях. Проанализируем один из них.

«Дорогу открыл «Амкадор».

С 8 по 14 марта знаменитый санаторий «Рахмановские ключи» и одноимённый посёлок, насчитывающий около 70 дворов, находились отрезанными от внешнего мира из-за схода лавин на трассу.

Из-за обильных дождей с шестого по восьмое марта на участке автодороги республиканского значения Усть-Каменогорск – Рахмановские ключи произошёл сход нескольких снежных лавин. Две лавины оказались особо объёмистыми – до 20 тысяч кубических метров каждая. Вывалившиеся на трассу лавины были настолько мощными, что по ходу вырывали с корнем деревья и выворачивали каменные валуны. Следом в катон-карагайских горах выпал обильный снег, накрыв дорогу 60-70-сантиметровым слоем, а ударивший на следующий день мороз превратил грязно-снежную массу с обломками деревьев и камнями в громадный монолит, высота которого местами достигла 7-8 метров. Общий объём сошедшей с гор на дорогу снежной массы, по данным специалистов Казсельзащиты, достиг сорока тысяч кубометров. Единственная в этих местах артерия движения автотранспорта оказалась парализованной на несколько дней.

Пока шли работы по расчистке для персонала санатория и около 200 рабочих, а также населения посёлка, оказавшихся отрезанными от мира, продукты питания перевозились через снежные завалы на снегоходах.

Расчистка дороги была затруднена ещё и тем, что лавины сошли в местах узкого ущелья. К тому же дорожникам и технике ТОО «Рахмановские ключи» трое суток потребовалось для того, чтобы, двигаясь навстречу друг другу, освободить путь для прохождения тяжёлой техники к месту схода лавин. Для ликвидации завала пришлось прибегнуть к помощи мощного автодорожного погрузчика «Амкадор» с высоким вылетом стрелы, принадлежащего ТОО «Рахмановские ключи». В четверг 14 марта проезд был восстановлен.

Как сообщил начальник ДЭУ-27 РГП «Казахавтодор» Асхат Назыров, руководством РГП заключён договор о дальнейшем расширении проезда с ТОО

«Катон-Карагайское ПДУ», имеющим в наличии мощный автогрейдерный бульдозер».

В целом, язык официальной газеты намного отличается от частных изданий – «Моего города» и «Устинки плюс». Заголовок и лид в данной заметке соответствует стандарту. Но посмотрим далее.

Очень много канцеляризмов и официальных оборотов. «Участок дороги» вместо «трасса», «произошёл сход» вместо «сошли лавины». Таких примеров всего в одной заметке немало. «Шли работы по расчистке» можно заменить «Дорогу расчистили». Много оборотов и сложных сказуемых, сложных предложений, которыми чрезмерно увлекаются журналисты официальных газет, ведь они пишут больше не для простоты чтения, а для того, чтобы эта тема просто была озвучена. Не совсем удачны выражения «находились отрезанными от внешнего мира» (лучше: были отрезаны), «артерия движения автотранспорта оказалась парализованной» (лучше: движение парализовано, артерия перекрыта), они излишне сложны, в них нарушена лексическая сочетаемость.

Помимо всего здесь есть необъяснимые для аудитории сокращения. Как догадываться читателям, что такое «ДЭУ-27»? А что значит «Катон-Карагайское ПДУ»? Пояснений к этим сокращениям нет. И это – определённо упущение журналиста и редакторов.

Фотография, сопровождающая материал, документальная, сделанная автором на месте происшествия. На ней изображён спасательный отряд на расчищенной от лавины дороге. Это является плюсом материала.

Интересно, что в таком расширенном материале нет ни одной прямой речи. Прямая речь, обозначаемая знаком тире, а не кавычками, разбавляет сплошной текст, облегчает его восприятие [20, с. 272]. Несмотря на достаточное количество источников – ТОО «Рахмановские ключи» и «Казахавтодор», автор не посчитал нужным выделить хотя бы одно предложение, переданное источником.

Теперь заглянем на сайты. Многие из имеющихся в регионе электронных СМИ дублируют существующие печатные издания. У газеты «Мой город» есть сайт YK-news.kz, у газеты «Рудный Алтай» - altaynews.kz, у газеты «Усть-Каменогорск» - 1720.kz. Самый читаемый в области сайт YK.KZ не имеет печатного аналога. Некогда популярный сайт v-seti.kz сейчас потерял читателей, большинство новостей там публикуются со ссылкой на другие сайты региона, поэтому мы не будем его рассматривать.

Работа сайтов значительно отличается от газет, даже от своих газетных аналогов. Сайту важна оперативность. Одну новость он может опубликовать несколько раз, в зависимости от наплыва подробностей. Плюсы сайтов – в их мультимедийности, отредактировать новость, внести в неё правки можно в любой момент, и сделать это свободно. Можно в любую минуту дополнить заметку текстовыми подробностями, фоторепортажем, видеозаписью или даже аудиозаписью. На сайтах есть удобные архивы материалов – любую статью, заметку, репортаж можно найти, не выходя из дома. У электронных новостных порталов гораздо больше возможностей, чем у печатных аналогов. Поэтому и работа в интернет-издании в корне отличается от газетной рутины.

Яркий пример – тема о взрыве на мукомольно-комбикормовом материале в Семее, мультимедийно представленная на сайте YK-news.kz 14 мая 2014 года.

Как только информация дошла до СМИ, сайт опубликовал первичный материал, представленный в следующем виде.

«В Семее в бункере одного из комбинатов после хлопка с возгоранием пострадали восемь человек.

Буквально два часа назад на пульт дежурного ДВД ВКО от спасательной службы поступило сообщение о том, что в производственном помещении АО «Семипалатинский мукомольно-комбикормовый комбинат» произошёл взрыв, передаёт корреспондент YK-news.kz со ссылкой на пресс-службу прокуратуры области.

Какой именно мощности случился взрыв, не уточняется. Известно лишь, что есть восемь пострадавших.

– На место выехали пожарные расчеты, уполномоченные органы, исполняющий обязанности прокурора города Семей Марат Тулубаев и сотрудники прокуратуры, – говорится в сообщении. – По данному факту проводится доследственная проверка, по результатам которой будет решён вопрос о возбуждении уголовного дела. Мы будем следить за развитием ситуации».

Мы видим, насколько оперативно новость поступила на портал – спустя два часа после случившегося. На сайтах такие нюансы часто подчёркиваются, чтобы обозначить читателям: журналисты здесь действительно работают быстро и качественно [21, с. 382].

Обратим внимание на заголовок – он похож на то, что в газете называют подзаголовком. Это – простое предложение, коротко и ясно отражающее суть новости. Это – определённый стандарт новостных заголовков в интернете, и определён он специально для того, чтобы читатель мог быстрее ориентироваться и читать только то, что ему интересно. Интернет – безграничен, если бы все новости имели газетные заголовки, не отражающие содержания текста, людям пришлось бы открывать каждую страницу, каждый материал, чтобы узнать, о чём он. Поэтому международным стандартом заголовков электронных СМИ стал именно такой.

В материале есть ссылка на источник – пресс-служба прокуратуры ВКО. Указаны кое-какие подробности, но нет информации о том, по какой причине произошло ЧП, пострадали ли люди, какой мощностью прогремел взрыв.

Именно поэтому спустя несколько часов на том же сайте выходит вторая новость, связанная с комбинатом, целью которой – дать ответы.

«Взрыв на комбинате в Семее произошел при проведении сварочных работ.

В результате взрыва на территории мукомольного-комбикормового комбината Семея, произошедшего сегодня около 11 часов утра, пострадали восемь человек, передает корреспондент YK-news.kz.

По информации пресс-службы ДЧС ВКО, взрыв пыли произошел на четвертом этаже рабочей башни комбикормового производства. В результате инцидента пять из 80 силосов, находившихся внутри башни, оказались поврежденными. Кроме того, взрыв частично разрушил наружную стену рабочей башни, а транспортерная лента и деревянные конструкции оконных и дверных блоков загорелись. Предположительной причиной возникновения внештатной ситуации стало нарушение правил пожарной безопасности при проведении сварочных работ.

– В результате взрыва пострадали восемь человек. Семь из них – сотрудники ТОО «Востокцементремонт», проводившие замену изношенных коробов силосов, а один – сотрудник объектовой пожарной охраны мукомольного комбината, – сообщили в пресс-службе ведомства.

Шестеро пострадавших с ожогами находятся в БСМП Семея, еще двое от госпитализации отказались. На месте ЧП работали 11 единиц техники и 52 человека личного состава ГУ «СПиАСР» ДЧС ВКО.

Добавим, что в момент взрыва в силосах находилось 2492 тонны зерна».

Так выражается мультимедийность. В газете бы материал вышел обобщенно, ведь он корректировался бы неделю. Для журналистов сайта время идет на минуты. Поэтому если нет времени узнавать подробности, выкладывают то, что есть, а потом вставляют дополнения. Вторая новость содержит информацию о пострадавших, о причинах взрыва – этого как раз не хватало в первой заметке. Заметьте, второй материал создавался на основе слов другого источника – пресс-службы ДЧС ВКО. Также во втором материале присутствует фоторепортаж с места событий – кадры отображают процесс спасательной операции на предприятии.

Совершенной противоположностью сайта YK-news.kz является сайт YK.KZ. Если первый направлен исключительно на качественную подачу новостей, то второй является городским порталом, где, помимо новостей люди могут найти объявления, почитать информацию на тематических форумах, узнать телефоны и адреса каких-то организаций. К сайту YK.KZ нужно относиться, как к семейному, а не новостному. Новости там подаются не совсем профессионально, и темы выбираются соответственно, и ход работы журналистов очень отличается.

Докажем это на примере заметки от 15 мая 2014 года.

«Слишком часто падают дети

Шестилетняя девочка в Усть-Каменогорске выпрыгнула в форточку с 4 этажа и осталась жива.

13 мая ребёнок был дома один днём, как вдруг услышала шум воды и увидела много белого горячего пара: сорвался кран с горячей водой. Девочка испугалась и побежала к входной двери, но та была заперта. Тогда она подбежала к окну, пролезла в форточку и упала на землю с высоты 4 этажа.

Как рассказали те, кто оказался рядом в этот момент, в первые минуты в состоянии сильного шока ребёнок встал и даже попытался идти, но потом потерял сознание. Прибывший на место первым патруль полиции вызвал скорую, врачи которой оказали пострадавшей первую помощь.

Девочку в состоянии комы, с множественными ушибами головного мозга, брюшной полости и лёгких привезли в реанимацию Центра матери и ребёнка. Сегодня ее состояние стабилизировалось, и ребёнка перевели в отделение нейрохирургии. Это уже четвертый случай падения детей с высоты за год.

– Так часто никогда этих случаев не было! – тревожится главврач Центра Рая Рахимова. – Слава Богу, что все дети живы, что наши врачи с высокой квалификацией своевременно оказывают им помощь. Но такое количество – нонсенс! Сравните: раньше таких происшествий было два за год, а сейчас уже четыре за 2 месяца. Я считаю, это в какой-то мере характеризует наше

отношение к детям, многие подобные трагедии происходят от недосмотра и невнимания взрослых».

Сразу в глаза бросается отсутствие оперативности – случай произошёл 13 мая, а на сайте информация о нём появилась только спустя два дня.

Второй нюанс – заголовок, не типичный для интернет-заглавий. «Слишком часто падают дети» – это газетный вариант заголовка, и для электронного портала он не подходит, но сайт пренебрегает этим правилом. Люди не могут догадаться, о чём пойдёт речь: куда падают, зачем падают, на асфальте или с горки, насколько часто и о каких детях вообще идёт речь?

Особое внимание хочется обратить на лексикон. «Увидела много белого и горячего пара» – не совсем точный оборот. «Те, кто оказался рядом в этот момент» – слишком тяжёлый оборот для восприятия, почему бы корреспонденту не написать вместо этого «очевидцы», «соседи»?

Источником в данном случае выступали врачи Центра матери и ребенка. В качестве плюса отметим то, что они озвучили статистику похожих несчастных случаев и сравнили её с предыдущим годом, что позволило читателям оценить масштаб таких происшествий.

Следующий сайт, о котором пойдёт речь – 1720.kz. Мы говорили о том, что в газете Усть-Каменогорск практически не затрагивается тема происшествий. В её электронном аналоге, который не ограничен в своём объёме, информация о ЧП появляется намного чаще. Появляется кратко, в основном из пресс-релизов, рассылаемых органами внутренних дел. То есть у корреспондентов нет цели создать эксклюзив. Тем не менее об основных ЧП там упоминают.

Интересно то, что сайт запустился недавно. Чтобы его читали и запомнили, сотрудники редакции активно пользуются социальными сетями, публикуя ссылки на новости в различных группах, которые отслеживают пользователи. Это во многом помогает сайту найти аудиторию – так как аналоговая газета принадлежит акимату, из-за своего наполнения она

малоинтересна и непопулярна, а сайт может выкладывать больше информации и затрагивать больше тем.

Посмотрим, как выглядит заметка о происшествии на сайте 1720.kz.

«Взрывное устройство обнаружено в гаражном кооперативе.

По оперативной информации городской службы чрезвычайных ситуаций, 9 мая, в 16-59, на телефонный номер «112» службы спасения Усть-Каменогорска поступил тревожный звонок. Звонивший сообщил, что в посёлке Мирный, по ул. Сафонова, в сторожке гаражного кооператива «Современник», заложено взрывное устройство. На место выехали сотрудники ДКНБ, УЧС Усть-Каменогорска, УВД, ППС, медицины катастроф. В результате осмотра был обнаружен капсуд детонатор, электрический и промышленный провод взрывоопасный, длиной 10 метров. Все предметы изъяты сотрудниками УВД».

Заметки публикуются коротко, потому что, как уже было сказано, готовятся на основе сводок областных департаментов по ЧС и внутренних дел. И эта новость – не исключение. К сожалению, автор не указал источник, от которого получил информацию. Это – ошибка корреспондента. Нам известно, что она была взята из пресс-релиза ДЧС ВКО, но откуда читателю, не ведающему о нюансах журналистской работы, знать источник? Не придумал ли это корреспондент, чтобы чем-то заполнить новостную ленту? Чтобы таких вопросов не возникало, нужно всегда делать ссылку на того, откуда была получена информация.

Заголовок – подходящий для интернет-издания. А вот содержание требует корректировки. Здесь нет прямой речи. Её наличие необязательно, но ради лёгкого прочтения материала хотя бы два слова от лица говорящего нужно вставить. Журналистам не стоит бояться того, что информацию они получили в письменном виде. Её смело можно включать в прямую речь, ведь пресс-служба напрямую представляет своё руководство, и если оно выбирает общаться со СМИ таким образом, то значит все письменные материалы можно считать за сказанную информацию.

Недостатком этого сайта является то, что не указывается дата публикации. Вместо этого читатель видит только «опубликовано 2 дня назад», «опубликовано три месяца назад», «опубликовано сегодня». Это не совсем верно – если кому-то захочется найти прочтённый материал некоторой давности, он не сможет это сделать. А на сайте архив должен быть такой, чтобы с ним было легко работать.

Не указывается автор фотографии – это тоже минус. Мы видим кадр и не можем определить, отображает он произошедшее, либо он скопирован из интернета и вставлен для наглядности.

Язык материала тоже оставляет желать лучшего: аббревиатуры и профессионализмы не облегчают прочтения.

Исходя из всего сказанного выше и дополнив это, можно выявить следующие основные проблемы в освещении происшествий.

Ограничение оперативности написания заметок. Частично это связано с бюрократией. Журналистов просят отправить запрос, чтобы узнать, к примеру, подробности происшествия. Согласно Закону о СМИ, источник обязан предоставить ответ на запрос корреспонденту в течение трёх рабочих дней. Однако при некоторых обстоятельствах, требующих более подробного изучения ситуации, отвечать могут до месяца. Разве будет интересна читателям авария, пусть даже в подробностях, произошедшая месяц назад? Также замедляют написание публикации некомпетентные пресс-секретари, которые не в силах быстро узнать интересующую журналиста информацию и передать её по телефону. В департаменте внутренних дел ВКО часто не раскрывают никаких подробностей, прикрываясь тайной следствия. Причём в 90 процентах случаев делается это необоснованно. Усложняют ситуацию врачи, которым для предоставления информации важно именно присутствие корреспондента в больнице. Таким образом, узнать о состоянии больного по телефону просто невозможно, а на то, чтобы добраться до медучреждения и обратно потребуется уйма времени. С трудом информацию по телефону дают сотрудники аварийных служб водоканала и тепловых сетей, а также телефонных и кабельных

операторов. Порой репортёрам приходится прибегать к небольшой хитрости: звонить в справочные, представляясь жителями города. И новости пишутся, основываясь на словах операторов, которые для горожан готовы что-то разъяснить, а вот с журналистами работают только по запросам.

Когда читатели просматривают материалы о происшествиях, им кажется, что журналист побывал в этом месте и сделал репортаж. К сожалению, в региональных СМИ нет возможности так работать. За редким исключением корреспондентам удаётся побывать на месте происшествия уже тогда, когда ситуация стабилизировалась. Новости получались бы значительно интереснее, если бы службы ЧС и журналисты работали сообща – первые оповещали бы вторых о вызовах, которые поступают на пульт дежурных. А корреспонденты бы незамедлительно мчались на места и собирали материал. Ни одному СМИ в регионе пока не удалось наладить такие контакты, даже местному главному телеканалу – а ведь для телевидения живые репортажи являются основой работы. Если газета может опубликовать какие-то подробности, которые журналисты узнают позднее от спасателей, то телеканал не делает новость интересной, показывая кадры лишь интервьюируемых. Видимо, руководство служб ЧС пока не готово к такому контакту. Здесь нужна грамотная система передачи информации, которую до сих пор никто не смог правильно сформировать.

Если говорить о Восточно-Казахстанской области, то на протяжении нескольких лет основной проблемой журналистов-чезсников было управление дорожной полиции. Несмотря на то, что в регионе ежедневно происходят десятки ДТП, в ведомстве не было пресс-службы. И даже когда появился отдел, отвечающий за связь со СМИ, узнать там информацию об аварии было не так легко. Дело вот в чём: в сводках ДТП значатся только те, где были пострадавшие люди – раненые, погибшие, или просто отделавшиеся синяками. Однако если два автомобиля сталкиваются, и при этом не страдают водители и пассажиры, ДТП просто не вносится в ежедневную статистику. Узнать о нём можно только через

начальника управления, которому придётся сделать не один звонок в дежурную часть, искать полицейского, принимавшего звонок, а также экипаж, который выезжал на место.

Проблемной темой для журналистов являются ЧП на производстве. Руководство любой организации абсолютно не заинтересовано в том, чтобы СМИ прилюдно продемонстрировали недочёты их сотрудников. Чаще всего на вопросы: «Как и почему это произошло?» корреспондент получает ответ: «Это рабочий момент, здесь нет ничего криминального». В пример можно привести материал с сайта YK-news.kz от 20 января 2012 года под названием: «Руководство «УК ТМК» подтвердило информацию об аварии на предприятии». Журналисту поступила информация об аварии на предприятии. Когда он стал узнавать подробности, то услышал по телефону ответ от технического директора: «Это обычная внештатная ситуация. На заводе такое происходит каждый день». Однако корреспондент о таком слышал впервые, ему удалось узнать интересные подробности, которые сделали новость одной из самых обсуждаемых на сайте. Конечно же, руководство не волнуется, что люди, услышав об авариях, начинают это активно обсуждать. Так как экологическая обстановка в Усть-Каменогорске нестабильна, само собой требовалось разъяснение, что же произошло на самом деле, и пострадают ли люди. Информацию о несчастных случаях часто утаивают «до окончания расследования служебной комиссии», которое может длиться около полугода. Пример – смерть сотрудника «ВК РЭК» во время ремонтных работ на опоре линии электропередач. В 2012 году журналистам так и не удалось узнать, почему не были соблюдены все необходимые меры техники безопасности. Можно отметить пресс-службу АО «Казахмыс». По опыту коллег известно, что они всегда оперативно и подробно оповещают СМИ о происшествиях на своих рудниках. Синдром нехватки материала присущ, в основном, печатным СМИ. Новостная лента сайтов безразмерна – она отображает такое количество новостей, которое произошло за день. Схож по наполнению и выпуск новостей на телевидении. Но в газетах

происшествиям уделена отдельная рубрика. И она должна быть заполнена. Именно поэтому на страницах газет «Мой город» и «Устинка плюс» часто выходят заметки о том, как спасателям пришлось взламывать замок, потому что пожилая женщина забыла дома ключи. Либо публиковать материал о пожаре на территории дачного общества. Не все происшествия интересны, и от журналиста не зависит, сколько ЧП произойдет за неделю. Если материалов не хватает, чтобы заполнить рубрику – придется её разбавлять незначимыми заметками, которые бы при избытке информации сразу же отправлялись в урну. На этот случай у журналиста-чезника в багаже должны быть нейтральные темы, которые всегда можно будет разработать при недостатке информации. Привести хотя бы статистику – и вот уже готов полноценный материал. Удобнее разделять темы по сезону: зимой актуальны сходы лавин, гололёд, морозы и штормовые предупреждения. Весной – паводки, клещи. Летом – укусы ядовитых насекомых, змей, безопасность на воде. Осенью – лесные пожары, вспышки ОРВИ и гриппа.

Заключение

Следует отметить, что роли СМИ в условиях ЧС уделено недостаточно внимания. В литературе она присутствует внутри других проблем и направлений – в журналистике, где акцент делается на этическую сторону подачи информации, в психологии, где прослеживаются попытки выявить степень информационного воздействия на психическое состояние населения, в теории рисков, где процесс информирования населения рассматривается как чисто технологический. Помимо этого, недостаточно изучены возможности, алгоритмы действия средств массовой информации, качественные и количественные параметры информации, ее социально-психологическая и политическая направленность, а значит и специфика управления информацией в условиях чрезвычайного характера.

Приходится признать, что информационный обмен в кризисной ситуации бывает затруднен как объективным конфликтом интересов профессионалов-

отраслевиков, ликвидирующих причины и последствия кризиса, с одной стороны, и журналистов, стремящихся удовлетворить информационные запросы массовой аудитории - с другой. Тем важнее быстро наладить управление информационным обменом, поставив этот процесс под контроль государства в лице административного органа. При этом важно помнить, что для того, чтобы то или иное информационное сообщение было донесено до аудитории, воспринято аудиторией и положено в основу формирования общественного мнения в связи с кризисной ситуацией.

СМИ рассматриваются как основной субъект формирования общественного мнения. Компетентность общественного мнения зависит от меры гласности и свободы информации в обществе. Отсутствие достоверной информации приводит к тому, что общественное мнение формируется на базе недостоверных данных, например, слухов.

Чрезмерная политизация такого инструмента, как федеральные СМИ, его превращение из инструмента информирования населения в инструмент пропаганды и попыток манипулирования общественным мнением несомненно ведет к снижению его эффективности, подрывает основы доверия населения российских регионов к транслируемой федеральным каналам информации.

Чрезвычайные ситуации в журналистике находятся в том же семантическом поле, что и скандальные происшествия. Механизм выстраивания текста, сюжета при описании катастрофы и скандала одинаков – нарушение привычного состояния вещей. Его основной механизм работает следующим образом. Характер события влияет на его презентацию и рефлексию в СМИ. Рефлексия не конструктивная, а провоцирующая, заставляющая искать в катастрофе «катастрофические» подробности, «катастрофические» последствия; даже причины, спровоцировавшие бедственное событие, часто рассматриваются как «катастрофические»: неадекватная власть, техногенные «коллапсы», неизбежность все большего экономического кризиса. Созданные в подобной

логике аналитические и псевдоаналитические сюжеты воссоздают катастрофу, описывая ее во вновь созданном «катастрофичном контексте».

Освещение чрезвычайных ситуаций является важной составляющей работы региональных СМИ. Эта тема интересна жителям города и области, так как происшествия случаются рядом с ними. Она имеет также большое социальное значение, так как освещение ЧС помогает избежать их в будущем.

При работе над материалами о ЧС журналисту необходимо сотрудничать с пресс-службами:

- 1) уметь налаживать и поддерживать контакты,
- 2) знать к кому и за какой информацией обращаться, у
- 3) уметь составлять запросы и добиваться ответов на них у компетентных органов.

Сложности в этом взаимодействии возникают достаточно часто по вине обеих сторон, не последнюю роль играет и то, что нет учебников и пособий, которые могли бы помочь журналисту в этом нелегком деле.

Освещение ЧС имеет этическую и психологическую составляющую, что требует от журналиста не только знания соответствующих законов и норм, но и такта, сочувствия при работе с пострадавшими и их близкими.

Журналисту очень важно не поддаваться «профессиональной деформации» и не стать репортером, жаждущим сенсаций, «скандалов, интриг, расследований».

Рассмотрение чрезвычайных ситуаций существенно различается в газете, на телевидении и в сети Интернет. Последние два СМИ более свободны в иллюстрировании происшествия, что позволяет заинтересовать читателя и зрителя, зато от них требуется большая оперативность, мобильность, умение организовать деятельность съемочной группы. Газета, которая выходит раз в неделю может подождать и рассказать о последствиях события, однако, здесь необходимо отбирать материалы для печати более тщательно, с соблюдением целого ряда условий.

На примерах мы показали, как освещают ЧС самые крупные региональные СМИ: газеты, сайты и телеканалы. Различия здесь обусловлены не только типом СМИ, но и политикой его редакции, личностью журналистов и др.

Список используемой литературы

1. Авраамов Д. Профессиональная этика журналиста / Д. Авраамов. – М., 2000 – 74 с.
2. Беглов С.И. Четвертая власть: британская модель. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.- 164 с.
3. Беглов С. И. Империя меняет адрес. Британская печать на рубеже тысячелетий. - М.: Знание. 1997.- 687 с.
4. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. - М.: Искусство, 2003.- 390 с.
5. Вартанова Е.Л. Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. - М.: Изд-во ЭКСМО-пресс. 1997.- 408 с.

6. Вартанова Е.Л. Финская модель на рубеже столетий. Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. - М.: Изд-во Норма – инфарм. 1999.- 467 с.
7. Войцехович К. А. Информационное агентство Ассошиэйтед Пресс в условиях современного информационного рынка: автореф. дис. ...канд.филолог.наук. М.: Изд-во Аспект Пресс. 2005. – 193 с.
8. Георгий Вачнадзе, Юрий Кашлев. «Международный обмен информацией. Его сторонники и противники». - М.: Изд. центр ЕАОИ. 1980. – 390 с.
9. Голованова Г.А. Печать США в начале 90-х гг. - М.: 1996. – 407 с.
10. Горохов В. Основы журналистского мастерства /В. Горохов. – М., 1989 – 56 с.
11. Дэниис Э. и др. Беседы о масс-медиа: учебное пособие / Э. Дэннис, Дж. Мэррил- М., 1997. - 177 с.
12. Джефкинс Ф., Ядин Д.Паблик Рилейшнз / пер. с англ. - М.: ООО «Юнити», 2003. - 300с.
13. Есин Б.И. О переходности / Журналистика в переходный период: проблемы и перспективы. - М.: Изд-во РПЦ. 1998. – 239 с.
14. Журналист в поисках информации/ под ред. А. Симонова. – М.: Галерея, 2000 – 112 с.
15. Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия/ Ред-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004 - 704 с.
16. Закон РФ «О средствах массовой информации» (о СМИ). 1991.
17. Засурский Я.Н. Журналистика переходного периода /Актуальные проблемы журналистики. - М.: Изд-во: Аспект пресс. 1997. – 276 с.
18. Засурский, Я.Н. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990-2004: учебное пособие / Я.Н. Засурский - М., 2004. – 464 с.

19. Засурский, Я. Н. Средства массовой информации России: учебное пособие для студентов вузов. - М.: Изд-во: Аспект пресс 2008. - 243с.
20. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и понятий. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 639 с.
21. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. - М.: Азбука. 1995. – 254 с.
22. Калмыков А.А. и др. Интернет-журналистика: учебное пособие / А.А.
23. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИДАНА, 2005. – 382 с.
24. Калимовская И. Оптимизация организации работы информагентств в условиях мегаполиса: автореф. дис. ...канд. психол. наук. Москва, 2010. – 165 с.
25. Ким М.Н. Репортаж: технология жанра / М.Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 224 с.
26. Кодекс профессиональной этики российского журналиста // Профессиональная этика журналистов. Т.1 – М., 1999. – с. 7.
27. Колесник С.Г. Основные тенденции развития ТВ США (1995-1996). // Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. №1. - 1998. – 309 с.
28. Корнилов Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий / Е.А. Корнилов. – Ростов н/Д., 1999 – 264 с.
29. Корчинский В. Журналистика. Работа отдела происшествий в редакции газеты/ В. Корчинский. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.you-author.com/zhurnalistika-rabota-otdela-proisshestvij-v-redakcii-gazety-avtor-reporter>. – Загл. с экрана. – Яз.рус.
30. Котлип С. Паблик рилейшнз: теория и практика / С. Котлип. – М., 2001. - 388 с.
31. Кройчик Л.Е. Публицистический текст как эстетическая форма освоения реальности // Жанровая палитра
32. Культура русской речи: Учебник для вузов / Граудина Л.К., Ширяева Е.Н. - М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА, 1999. - 560 с.

33. Лазутина Г.В. Профессиональная деятельность журналиста/ Г.В. Лазутина. - М., 1999. – 198 с.
34. Лукина М. Технология интервью: учебное пособие для ВУЗов / М. Лукина. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 191 с.
35. Либин А. Стиль человека: психологический анализ. – М., 1998. – С. 12.
36. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. - М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1999. – 541 с.
37. Мельник Г.С. и др. Методы журналистики: учебное пособие / Г.С. Мельник, М.Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 272 с.
38. Михайлов С.А. История зарубежных СМИ.- М.: 2006. – 305 с.
39. Могилевская Э. В. Информационные агентства в Интернете: особенности и принципы функционирования: автореф. дис ...канд. филол. наук: Тольятти, 2008. – 177 с.
40. Муратов С. Нравственные принципы тележурналистики /С. Муратов. – М.: Аспект Пресс, 1994. – 203 с.
41. Ненашев М. Пресса под прессом и без / М. Ненашев// Российская газета, 1999 – С. 87-89.
42. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка /С.И. Ожегов. – М., 2008. – 752 с.
43. Орлов С. Пульс дня / С.Орлов. – Кишинев: издательство МолдГУ, 1995. – 116 с.
44. Отт У. Вопрос + ответ = интервью / У. Отт. – М., 1993 – 150 с.
45. Панарин Н.И. Информационные войны, PR и мировая политика. - М.: Аспект Пресс, - 2006. - 301с.
46. Погорелый Ю.А. Международные экономические информационные агентства: Стратегия развития и творческие аспекты деятельности: автореф. Дис. ...канд. филол. наук: Москва, 2001. – 187 с.

47. Погорелый Ю.А. «Информационное агенство: стиль оперативных сообщений» Под ред. Г.Ф. Вороненковой. - М.: Эгмонт. 2000. - 352с.
48. Поэтика: Словарь актуальных терминов и понятий. – М., 2008. – С. 247.
49. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» - 2003. – 656 с.
50. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. - М.: Маска. 1998. – 674 с.
51. Прохоров Е.П. Журналистика, государство, общество. - М.: ЖУК. 1996. – 407 с.
52. Пуховский Н. Н. Психопатологические последствия чрезвычайных ситуаций. – М.: Академический проспект; 2000. – 286 с.
53. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. - 384с.
54. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для студентов вузов/под ред. Засурского Я.Н. - М.: Аспект Пресс, 2001. - 212с.
55. Соколов В.С. Периодическая печать Франции. СПб.: ТАУС. 1996. – 308 с.
56. Соколов В.С., Виноградова С.М. Периодическая печать Италии. СПб.: Дрофа. 1997. – 210 с.
56. Средства массовой информации России. Учебное пособие для студентов вузов под ред. Засурского Я.Н. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 325с.
- Тарас А. Е., Сельченко К. В. Психология экстремальных ситуаций. – Хорвест, 1999. – 480 с.
57. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2000. – 130 с.
58. Тертычный А. Жанры периодической печати / А. Туртычный. – М., Аспект-пресс, 2000. – 46 с.

59. Техника юридической безопасности для журналиста: сборник материалов практических обучающих семинаров для работников СМИ и будущих журналистов./ отв. редактор А. Симонов. – М.: Галерея, 2000. - 144 с.
60. Туманова Л.В, Н.Д Амоглобели Гражданский процесс: учебник/ М.-Юнити-Дана, 2012 г.
61. Урина Н.В. Итальянская журналистика в 1945-1990 гг. – М.: Азбука. 1999. – 600 с.
62. Фефелова О. Пресс-служба сегодня / О. Фефелова // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR: альманах. – М.: 2004. – 28 с.
63. Хайт Д. и др. Трагедии и журналисты / Д. Хайт, Ф. Смайт, М. Брейн. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://dartcenter.org/content/трагедии-и-журналисты> - Загл. с экрана. – Яз.рус.
64. Чечина Н.А. Гражданские процессуальные правоотношения. – Л., 1962.
65. Шакарян М.С. Понятие субъектов советского гражданского процессуального права и их классификация // Lex Russia. Научные труды МГЮА. 2004. № 1.
66. Щеглов В.Н. Гражданские процессуальные правоотношения. – М., 1966.
67. Щеглов В.Н. Субъекты судебного гражданского процесса. Томск, 1979.
68. Шостак М. Журналист и его произведение / М. Шостак. – М., 1998. – 109 с.
69. Эдвард Тафт: официальный сайт. URL // : <http://edwardtufte.ru/>
70. Эффективное деловое общение. Серия «Классика Harvard Business Review» / Пер. с англ. - М.: Литкон. 2006. - 250 с.