

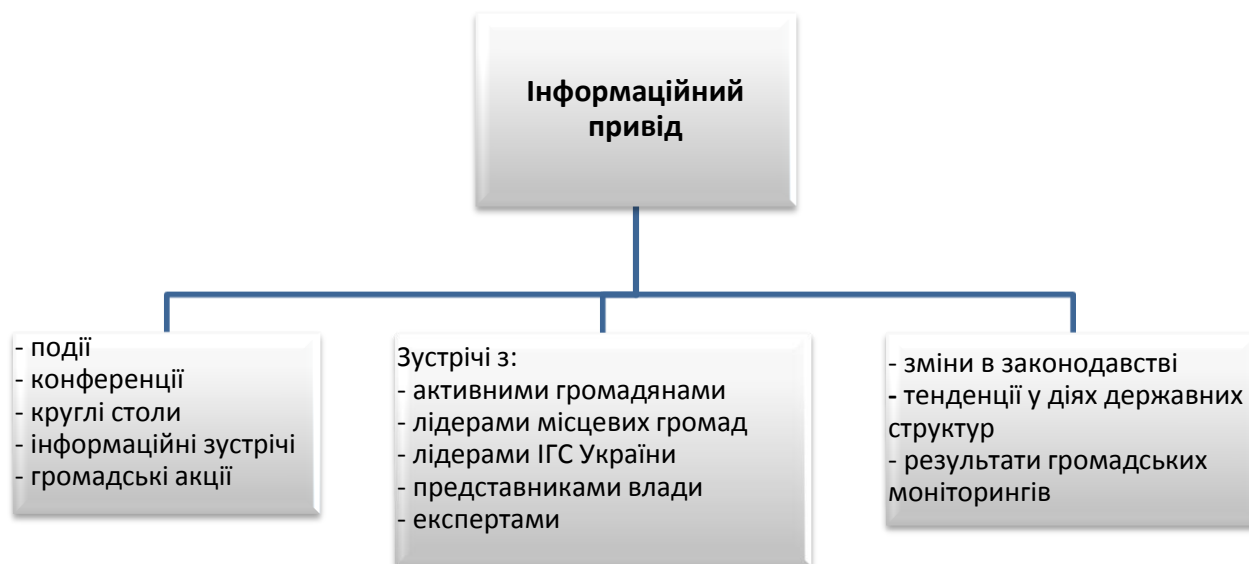
Вміння шукати інформацію – частина журналістського професіоналізму. Перед тим, як почати процес пошуку інформації, важливо зрозуміти, **ЩО** саме ви шукаєте, **ДЛЯ КОГО** і **ДЕ** потрібну інформацію можна знайти.

МОНІТОРИНГ ЗМІ – це можливість знайти нову та потрібну інформацію. Регулярно проглядайте сайти ОГС, донорів (посилання на ТОП 50), органів влади, також не забувайте про традиційні медіа та інформаційні агенства.

Здійснюйте пошук інформації завдяки **ПОШУКОВИМ СИСТЕМАМ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**. Для успішного пошуку інформації в Інтернеті важливо точно сформулювати завдання, правильно вибрати засоби пошуку, а також його стратегію і критерії.

Інформаційний привід – це подія, яка своєю значущістю або екстравагантністю може зацікавити читача, стати предметом суспільного обговорення.

У схемі, поданій нижче, – приклади того, що може стати інфоприводом.



Пам'ятайте! Інфопривід – не обов'язково якимсь відкриттям чи унікальною інформацією. Це може бути:

- нетрадиційний погляд на факти;
- свіже трактування загальновідомих подій;
- альтернативні думки та судження;
- контраргументи сторін ситуації.

Приклад: Ви дізналися, що відбудеться конференція з теми, яка Вас цікавить. **КОНФЕРЕНЦЯ = ІНФОПРИВІД**. Проте це не привід, щоб писати саме про конференцію. Ви можете зустріти там цікавих особистостей, експертів, у яких можете взяти інтерв'ю; дізнатися про нові тенденції чи почути свіжі думки щодо того чи іншого питання, що й стане поштовхом для створення публікації. Отже, результатом відвідування конференції може бути звіт, коментар, інтерв'ю, стаття або збір додаткової інформації.

Перед створенням матеріалу важливо **ДУМАТИ ПРО ЧИТАЧА**, його цінності, вподобання, про те, що саме йому може бути цікаво та корисно. Не менш важливо **ПЕРЕДБАЧИТИ РЕАКЦІЮ ЧИТАЧА** на публікацію. Це може бути:

- Коментування;
- Поширення публікації;
- Практичне використання інформації.

Пошук інфоприводу й уявлення про читача та його можливу реакцію, допоможуть Вам краще визначитися, про що саме писати.

Приклад: Ви хочете писати на тему «Екологія». Вона дуже широка. Ви ставите собі питання: про що саме писати? Перш, ніж відповісти, уявіть свого читача. Про що йому цікавіше та корисніше буде читати: про незаконне полювання на дельфінів чи про покращення якості питної води. Не забудьте, обдумати, яку **РЕАКЦІЮ** Ви очікуєте від читача.

Коли Ви визначилися, про що будете писати, прийміть рішення, в якій формі подасте інформацію:

- Інтерв'ю[прикріплений файл];
- Стаття;
- Репортаж;
- Звіт;
- Розслідування[прикріплений файл].

Від форми подачі залежить коло джерел інформації, яке вам необхідно сформулювати для створення матеріалу. Врахуйте, якщо Ви вивчаєте конфліктну ситуацію, то потрібно отримати інформацію від усіх зацікавлених сторін.

ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ:

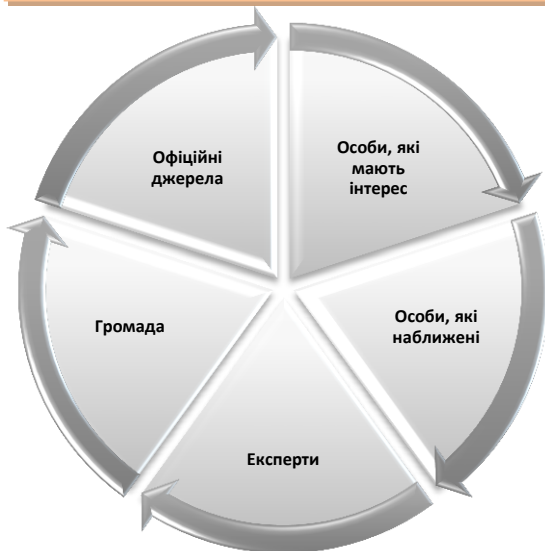
- **Прес-релізи та повідомлення прес-служб** – найпростіший спосіб отримати інформацію. Варто не забувати, що спеціалісти зі зв'язків з громадськістю найчастіше надають неповну інформацію, тому слід дізнаватися про події, ставитися до них критично, розвивати і доповнювати цю інформацію з інших джерел.
- **Офіційні документи** – закони, законопроекти, постанови, укази, міжнародні договори тощо. Вони важливі, оскільки є першоджерелами.
- **Органи державної влади** – дуже важливе джерело інформації, де Ви можете знайти відповідь на запитання щодо будь-якої суспільно важливої інформації, яка стосується відповідного відомства.
- **Експерти.** Вікіпедія Вам усього не розповість, слід поговорити з експертом, щоб одержати інформацію. До них варто звертатися, щоб краще розібратись у незрозумілому для Вас питанні, а також щоб узяти коментар із приводу якогось питання з метою доповнити Ваш матеріал.
- **Поінформовані особи** – люди, які мають стосунок до проблеми. У пошуках інформації виходьте в реальність, ідіть до людей. Виходьте за межі стереотипів, будьте критичними, спостережливими та допитливими.

Приклад: Ви хочете написати про незаконне виділення земельної ділянки під будівництво житлового будинку. Ваші кроки:

1. Визначити форму подачі (у даному випадку – розслідування).
2. З'ясувати: куди йти? хто знає про це? хто володіє інформацією? (**пошук джерел інформації**).
3. Дати відповіді на поставлені запитання (**розвиток джерел інформації**).
4. Діяти (**взаємодія з джерелами інформації**).

5. Завжди запитувати: кому це корисно? чому людина дає інформацію? (**розподіл мотивів і підтримання балансу**).

УВАГА! Будь-яку інформацію слід перевіряти з декількох джерел. Найпоширеніший варіант – два незалежних. При цьому, одне з них обов'язково повинно бути офіційним.



Такий вигляд може мати **КОЛО ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ** для написання статті на тему, яка зазначена в прикладі.

Варто здобути інформацію з усіх джерел: спростування інформації неможливе без інших даних.

Якщо отриманої інформації від інформаторів із кола джерел замало, подумайте де ще можна знайти потрібні дані.

Звертайте увагу на **КОНТЕКСТ** – середовище, в якому існує об'єкт, про який Ви збираєтеся писати. Зібрана Вами інформація не повинна бути вирвана з контексту, адже це може суттєво вплинути на її сприйняття.

ПЕРЕВІРТЕ себе

- Я визначив/ла **ЩО** саме шукаю.
- Я уявив/ла свого читача, його інформаційні потреби і його реакцію на матеріал.
- Я промоніторив/ла сайти ЗМІ, на яких може бути потрібна інформація (пошук інфоприводів або додаткової інформації).
- Я здійснив/ла пошук потрібної інформації за допомогою пошукових систем.
- Я визначив/ла форму подачі інформації.
- Я сформував/ла коло джерел інформації, яке охоплює наявність усіх задіяних та альтернативних сторін.
- Я отримав/ла інформацію з кола джерел.
- Я перевірів/ла надану інформацію з двох незалежних джерел, одне з яких – офіційне.
- Я розширив/ла коло джерел для отримання додакової інформації

Корисні посилання:

Йоганнес Андерсен: "Виходьте в реальність! В цьому і полягає суть суспільної журналістики"

<http://gurt.org.ua/news/recent/12508/>

Марк Рачкевич: громадська журналістика і якісне подання новин - це новий виток розвитку ОГС

<http://gurt.org.ua/news/recent/12989/>