

СОДЕРЖАНИЕ

Введение…………………………………………………………………………3

## Источники информации для, журналисткой деятельности………………..5

## 1.1 Виды источников информации………………………………………….5

## 2. Способы получения информации……………………………………………9

## 2.1 Основные источники получения информации……………………........9

## 2.2 Социологические способы получения информации………………….13

## 3. Практическая часть: анализ источников информации современной российской прессы ……………………………………………………….........16

## Заключение……………………………………………………………………...21

## Список использованных источников………………………………………….23

## 

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. В современном мире информация, с каждым днем, распространяется все быстрее и быстрее. Зачастую, большое количество интернет-изданий, начинают меньше думать о качественности материала, который был так важен еще десять назад и берут недостоверную информацию из неподверженных источников, тем самым лишая себя хорошего журналистского произведения. Информация, которую публикует журналист документальна. В ее основе лежит подлинный факт, из которого в дальнейшем выстроится вся структура материала, поэтому надо умело обладать сбором и обработкой информации и знать какие источники информации есть в журналистике и насколько они достоверны.

Степень разработанности темы. Обусловлена тем, что многие специалисты такие как С.Г. Корконосенко, М.Н. Ким и Г.В Лазутина, уже рассматривали данную тему. Правда, сейчас в нынешних реалиях, СМИ очень быстро развиваются и появляются новые способы представления информации, где достоверность факта отходит на второй план, поэтому следует снова рассмотреть основные виды источников информации.

Новизна работы. В данной работе мною были проанализированы российские печатные издания, а также интернет-порталы, которые в своих материалах используют различные способы получения информации.  
Возможное применение полученных знаний. Исследование источников поможет в поисках новой и достоверной информации, для более качественного материала и избежать дезинформации общественности и тем самым не даст журналисту дискредитировать себя.

Цель исследования. Рассмотреть все возможные виды источников информации, а также проверить их достоверность и надежность.

Задачи исследования. Основными задачами исследования являются:  
1) Показать все виды источников в журналистике  
2) Оценить насколько надежен тот или иной источник  
3) Показать какими видами источников пользуются печатные издания и интернет-порталы

Объект и предмет исследования. В данной работе объектом являются известные печатные издание, а также интернет-порталы, а предмет соответственно источники информации, применяемые для создания журналистского произведения.

Методы исследования. Для решения поставленных задач, в курсовой применялись следующие методы: анализ разных источников для получения информации. Также важную роль сыграл сравнительный анализ между печатными изданиями и веб порталами.

Структура работы. Курсовая работа состоит из следующих частей: введение, две главы, заключение, список используемой литературы и приложение. Первая глава дает теоретические знания, какие есть виды источников информации, как они применяются и насколько они надежны. Во второй главе описывается применение разных видов источник на практике, то есть в журналистских материалах, разных печатных изданий и интернет порталов.

## 

## 1. Источники информации для, журналисткой деятельности.

**1.1 Виды источников информации.**

Порой выбор источников для журналиста становится проблемой. Почему так происходит? Одна из причин состоит в том, что большое количество людей готовы предоставить журналисту, интересующую его информацию, но у них нет должных на то полномочий и компетенции. И по этой причине, сведения, которые были получены от этих лиц не могут считаться надежными и достоверными.

Источники информации в журналистике - это субъект деятельности или объект события, с которыми журналист вступает в тесное взаимодействие с целью получения нужной информации определенного направления и вида.[[1]](#footnote-1)

И прежде всего, перед журналистом стоит вопрос: какая организация, отдел или же департамент, на самом деле интересуются вопросами, которые интересуют корреспондента? Лучшим способом, для того, чтобы определить полномочных и компетентных личностей, являются телефонные, а также другие справочники для внутреннего пользования. С их помощью можно узнать имена, фамилии и отчества функционеров, а также, помимо этого названия служб, отделов и департаментов. Порой некоторые их журналистов заводят для себя, так называемое досье на различные организации, их работников, с которыми они когда-либо работали. Журналисты следят за их деятельностью, стараются не терять с ними связей. Это делается для того, чтобы в нужный момент источник мог быть незамедлительно использован.

В своей профессиональной деятельности журналистам приходится работать с многими источниками информации. В качестве источника информации для журналиста может выступать среда, которая окружает журналиста, всевозможные документы, люди, различные базы данных, например, энциклопедии, библиотечные каталоги, телефонные справочники, и так далее, и даже слухи являются для журналиста источником информации.

*Реальная среда*-является первым и самым фундаментальным источником информации. К ней относится природная среда, урбанистическая среда и предметно-вещественная среда. Изучение окружающей среды, дает возможность, лучше узнать и понять жизнь людей, то чем они занимаются и так далее. *Урбанистическая среда-*это особый мир, который сотворен человеком и отражает его жизнедеятельность. Если внимательно взглянуть на город, то журналист может выявить массу новых фактов, которые характеризуют жизнь людей. И, наконец-то, *предметно-вещественная среда,* о ней можно сказать, что порой бытовые, обыденные мелочи, вещи способны рассказать о человеке больше, нежели он сам.

Источники информации по традиции делят на три типа. Это документальные, персонифицированные и предметно-вещественные.

В документальные входят все виды письменных, печатных и аудиовизуальных документов. Они находятся в списке самых достоверных и надежных источников информации. Персонифицированные соединяют в своем составе людей, которые сообщают все виды сведений, необходимые для деятельности журналистов. И, наконец, предметно-вещественные-то все то, что способно дать журналисту сведения, всевозможные предметы, обстановка и вещественные свидетельства событий.

К основным источникам информации в журналистике относят:

1. *Государственные организации* - объекты-накопители (милиция, скорая помощь, пожарная служба, аварийные службы, ГАИ, суды). Они позволяют узнать об информации как неблагоприятного характера, так и благоприятного события, которые произошли в обществе, благодаря своей отчетности и тому, что постоянно фиксируется информация абсолютно разного характера.

2. *Информационные агентства* – это службы информационного рода. Именно они дают деятельности журналиста «сырые», фактические материалы, которые, зачастую, относятся к жестким, негативным новостям. Цель данных агентств лишь предоставить материал, ведь с аудиторией они не вступают в контакт.

3. *Глобальная сеть Интернет* – это мощный и дешевый механизм, доступный каждому желающему. Интернет способен угодить всем запросам журналистов. В нем содержится огромное количество интересной и нужной информации для журналистов. Помимо этого, он позволяет без всяких проблем вступить в контакт с различными журналистами и их информационными источниками, которые находятся на различных расстояниях.

4. *Человек* - является одним из основных способов, для получения достоверной и точной информации. Он служит отличным носителем информации, которая среди журналистов очень востребована. Также человек является транслятором той информации, которую он сам наблюдал и анализировал. Для того, чтобы получить от человека, интересующую журналистов информацию, проводятся различные интервью, опросы и анкетирования.

5. *Общение журналистов с «коллегами по цеху»*-служит источником деловой информации. Именно общение с работниками редакции, коллегами наталкивает на новые мысли и пути решения поставленных задач.

Источники информации могут быть как общедоступными, так и вовсе закрытыми, конфиденциальными.

*Открытые источники:*

· СМИ (отдельно - публикации бюджетов и отчетов об их исполнении).

· Интернет (сайты, чаты, форумы).

· Пресс-службы (пресс-конференции, брифинги, пресс-релизы).

· Коллеги.

· Открытые заседания органов исполнительной власти (проблемы аккредитации).

· Сессии представительных органов власти заседания отраслевых комиссий представительных органов власти суды.

*Частично открытые источники.*

Различные документы, не являющиеся общедоступными, но и не публикующиеся (вопрос: в какой степени сюда может относиться «служебная» информация; кто и на каких основания имеет право ее «засекречивать»?).

Внутренние базы данных: госимущество, ЖКХ и др.

*Конфиденциальные источники.*

Служебные документы различной степени зашифрованности. Специальные базы данных (ГУВД, РУБОП, ФСБ).

Мотивы сотрудничества конфиденциальных источников информации (ИИ).

*Идейные ИИ.*

«Соратники» (совпадают цели, но не исключена дезинформация во имя «высоких целей»).

«Ябеды» (получают удовлетворение в «сбросе» информации, их достоинство в том, что они часто бывают первыми, недостаток - поверхностность информации).

*Корыстные ИИ.*

«Платники» (поставляют нередко весьма достоверную информацию, но из-за материальной мотивации всегда будут стремиться к увеличению ее объема разными способами, в том числе и путем дезинформации; срок работы с каждым из них не должен быть более полугода). «Конкурентщики» (используют журналистов в роли «сливного бачка» для борьбы с конкурентами; это могут быть и чиновники, и бизнесмены). «Политические конкурентщики» (то же самое в политических целях). «Бартерщики» (нуждающиеся в вашей информации в обмен на свою; могут быть надежны до тех пор, пока удовлетворены таким обменом).

## 2. Способы получения информации.

**2.1 Основные источники получения информации.**

Существует множество способов того, как добыть ту или иную информацию. Что такое сама информация? Это проявление сигнальной связи управляющего характера, которая объективно существует между всеми предметами реального мира и на уровне живой природы расшифровывается получателем сигнала как сведения, диктующие ему изменение поведения.[[2]](#footnote-2)

Но прежде чем приступить к сбору нужной информации, сначала журналист должен выбрать тему. Выбранная тема зависит от потребностей общества, жизненных ситуаций и конфликтов, где непременно требуется вмешательство журналистов. На выбор материала, который надо проанализировать, осмыслить и опубликовать-влияет:

1) идея и представление данного СМИ;

2) то, на чем специализируется издание, канал;

3) потребности и пожелания аудитории;

4) план работы редакции;

5) наблюдения, предпочтения и вкусы самого журналиста.

И журналист, который приступает уже к сбору информации из определенных заранее источников, сталкивается с проблемами. Сначала он стоит перед вопросом, какой из способов получения информации является самым надежным. Вторая проблема заключается в фиксировании полученных сведений с достаточной степенью надежности. И третья проблема состоит в том, чтобы в работе была обеспечена техника безопасности.

Как правило, работники средств массовой информации используют три наиболее распространенных способа получения информации. Это-интервью, наблюдение и исследование документов. Из вышеперечисленных способов поучения информации, наименее надежными являются интервью и наблюдение, так как проявляется субъективность журналиста и объектов его исследования. Но несмотря на то, огромное количество материалов готовятся на основании диалогов с людьми.

*Интервью*-(от английского interview, «беседа», «деловое свидание») – это способ ведения разговора, беседы, которые происходят между 2-мя или более людьми.[[3]](#footnote-3) В начале восемнадцатого века, когда российская журналистика только зародилась, интервью не применялось. И лишь во второй половине девятнадцатого века из западноевропейской журналистики интервью пришло в нашу отечественную.

Для того, чтобы интервью было успешным, нужна упорная работа дома. Это, в первую очередь, детальное ознакомление с темой и интервьюируемым с помощью различных способов и источников. Это может быть: 1) опрос людей, которые знакомы с будущим собеседником, а также работников редакции, которые имели с этим человеком дело; 2) если им уже интересовались журналисты, то исследование материалов прессы; 3) поиск сведений из его биографии; 4) определение его вкусов, круга друзей и т.д. После проделанной работы, журналист должен подготовить список вопросов. Важно, чтобы вопросы были оригинальными и новыми, а не много раз задававшиеся. Во время интервью возникает проблема, касательно каждого журналиста-как установить доверительные отношения с собеседником.

Анатолий Аграновский часто вспоминал совет отца, тоже высококлассного газетчика: идешь на первое интервью- говори сам. На второе-слушай. «Демонстрация», «самопредъявление» журналиста помогает добиться успеха и желания рассказывать.[[4]](#footnote-4)

*Наблюдение-*это еще один способ получения информации. Оно, как и интервью, является наиболее распространенным. С помощью наблюдения можно: 1) получать образные детали о местах, событиях и людях; 2) проверить, полученную от других людей, информацию или впечатления; 3) получить нужные сведения либо доказательства; 4) восстановить события для читателей, зрителей или слушателей. Кроме обычного наблюдения, существуют и другие его виды. Это-включенной наблюдение, самонаблюдение и объективное наблюдение.

Включенное наблюдение-это, когда сотрудники редакции на время меняют профессию. Делается это для того, чтобы наблюдать за происходящим изнутри. При объективном наблюдении регистрируются внешние характеристики или изменения наблюдаемых объектов. Такое наблюдение часто выступает предварительным этапом перед проведением экспериментов. Далее метод самонаблюдения, его используют для того, чтобы получать данные, наблюдая за самим собой. Данный вид наблюдения используется в качестве психологического исследования. Сравнивая результаты самонаблюдения различных людей со своими самонаблюдениями, можно установить родство или же сравнить данные внутреннего опыта с проявлениями психики на внешнем уровне.

*Изучение документов.* Одним из наиболее важных и нужных инструментов в работе журналиста является документ. Это то, что несет в себе информацию, которая содержится в рукописных или печатных текстах, видеокассете или же фотопленке. С помощью документов проверяются сведения, которые были получены во время интервью и наблюдения. Если вдруг журналисту нужно доказать свою правоту в суде, то документы приходят ему на помощь, становясь доказательствами и аргументами. Публикация становится надежной и достоверной, если она сослана на документы. Журналисты, которые уже долгое время в профессии знают, что надо использовать любую возможность, чтобы в его руках были копии документов, с которыми ему приходилось иметь дело.

Первым делом при изучении документов ему следует проверить их подлинность. Следует определить:

1) подготовлен ли документ компетентным (в силу своего положения) и уполномоченным для этой цели лицом;

2) не повлияла ли обстановка; в которой составлялся документ, на его содержание;

3) не искажены ли фамилии должностных лиц;

4) соответствует ли содержание документа тексту оттиска печати (углового штампа);

5) подписан ли документ уполномоченным для той цели лицом.[[5]](#footnote-5)

Помимо всего того следует установить дату, когда появился изучаемый документ, и его номер. Также, если подходить к исследованию документов с профессиональной стороны, то следует проверить сведения, содержащиеся в документе, и по другим источникам, например, опрос экспертов, работников соответствующего департамента и других лиц, которые причастны к содержанию документа.

**2.2 Социологические способы получения информации.**

В практике средств массовой информации бывают случаи, когда используется метод, взятый из социологии. Это такие методы, как анкетирование, контент-анализ и журналистский эксперимент.

*Анкетирование*— метод сбора первичной информации в социологическом исследовании, предусматривающий устное или письменное обращение к исследуемой совокупности людей с вопросами, содержание которых представляет проблему исследования на эмпирическом уровне, а также статистическую обработку полученных ответов. Как правило, анкетирование используется для того, чтобы проанализировать мнения о какой-либо газете или телевизионном канале, изучить и рассмотреть взгляды людей по важным проблемам социума, а также оно используется для сбора большего количества статистических данных.

Для того, чтобы анкетирование оправдало весь труд проделанной работы, нужно, чтобы анкета была составлена правильно и грамотно. В противном же случае данные анкетирование не будут соответствовать действительности. Так, социологи открыли «эффект картошки». Суть данного эффекта заключается в том, что, когда опрашивали население, по поводу того, какие продукты питания они употребляют в пищу. Но в список продуктов забыли включить картошку. И в итоге этого опроса выяснилось, что никто из опрашиваемых не употребляет картофель вообще.

*Контент-анализ-*это метод изучения документов на основании формирования определенного набора категорий с последующей квалификацией исследуемого материала по принципу частоты появления и повторения элементов избранных категорий. Применение этого метода дает возможность получить определенные количественные данные, которые могут быть подвергнуты компьютерной обработке и статистическому анализу. Эта исследовательская техника используется в социологии с целью получения выводов о состоянии и свойства социальной действительности.[[6]](#footnote-6)

Контент-анализ текстов, целью которого является получение количественных характеристик явлений. Например, изучение того, как часто на газетной полосе появляется имя одного из кандидатов в депутаты по сравнению с другим, или же как часто повторяется та или иная тема и так далее. Огромную пользу, данный способ получения информации приносит, когда изучается читательская (зрительская, слушательская) почта. Это позволяет вкусы и предпочтения аудитории, ее пожелания и претензии.

*Журналистский эксперимент*-говоря другими словами, провокация действительности. Научный эксперимент и следственный были его «прародителями». Данный метод стал активнее использоваться и осваиваться в последние годы.

Включенное наблюдение и журналистский эксперимент часто сравнивают и говорят, что это один и тот же способ получения информации. Но в действительности-это два разных, отличающихся друг от друга метода. Когда журналист использует метод включенного наблюдения, то он старается внедриться в уже существующую ситуацию и цель его фиксировать факты, которые появляются вне зависимости от его желания, они возникают в ходе развития действий. После того, как включенное наблюдение завершается-сама ситуация, то есть тот объект исследования не исчезает, он продолжает свое существование в основных параметрах.

Другой же случай, когда журналист сам проводит эксперимент. В этом случае ситуация, в которой окажется журналист не существовала до него, он сам ее создает, то есть ситуация искусственная. Например, он может организовать письменное обращение к себе из разных районов города, и будет ждать, когда же каждое их этих писем до него дойдут. И уже после этого журналист может приступить к изучению.

Эксперимент дает возможность обнаружить закономерности и процессы в работе различных предприятий и учреждений, которые ранее были неочевидны.

Изучая острую тему для критических или расследовательских материалов, журналист должен:

1) ознакомится с информаций из всевозможных источников;

2) далее он должен составить список с организациями и именами, которые ему следует посетить;

3) в данный список также включают людей, которые придерживаются разного мнения на ту проблему, которую затрагивает журналист;

4) следует использовать только законные способы получения информации.

## 3.Практическая часть: анализ источников информации современной российской прессы

Для практической части мною были выбраны газеты из списка «ТОП-10 СМИ» за 2016 год на сайте «Медиалогия»[[7]](#footnote-7) - компании разработчика автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа в режиме реального времени. На основании этого рейтинга мною были выбраны 2 печатных издания: это «Коммерсантъ» (1 место) и «Российская газета (4 место). На примере этих газет можно исследовать особенности функционирования современных источников информации в российской прессе.

Для того чтобы раскрыть особенности работы современных источников информации необходимо провести сравнительный анализ газеты Коммерсантъ и Российской газеты на основе следующих признаков: учредительских, редакционных, аудиторных.

Учредительские признаки:

Газета «Коммерсантъ»

Учредитель газеты «Коммерсантъ»: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом». Газета относится к коммерческим СМИ, и имеет следующие источники финансирования:

— денежные средства от реализации тиража;

— коммерческая деятельность;

— рекламная деятельность.

Газета «Коммерсантъ» отстаивает позицию и интересы различных социальных групп и слоев общества, представляет интересы крупных фирм и организаций.

Тематическая направленность газеты «Коммерсантъ»:

-политика;

-экономика;

-производство;

-культура;

-спорт.

По групповой принадлежности газета Коммерсант относится к деловым СМИ.

«Российская газета»

Учредитель «Российской газеты»: Правительство РФ, она относится к государственным СМИ.

«Российская газета» имеет следующие источники финансирования:

— бюджетное финансирование;

— реализация тиража;

— рекламная деятельность.

«Российская газета» содействует функционированию государства и совершенствованию государственного механизма, воздействует на деятельность общественных институтов, способствует упрочнению общественно необходимых политических, нравственных и социальных норм.

Тематическая направленность «Российской газеты»:

-политика;

-экономика.

«Российская газета» относится к общественно – политическим СМИ.

Редакционные признаки:

Газета «Коммерсантъ»

Газета «Коммерсантъ» имеет смешанный состав авторов.

«Коммерсантъ» публикует информацию, как кратковременного использования, так и длительного использования. Используется два стиля изложения: публицистический и деловой.

«Российская газета»

В состав «Российской газеты» входят как штатные сотрудники, так и внештатные. К внештатным сотрудникам в основном относятся политические деятели.

«Российская газета» в основном содержит информацию длительного использования. Стиль изложения: деловой и публицистический.

Аудиторные признаки:

Газета «Коммерсантъ»

«Коммерсантъ» является региональным СМИ, он предназначен для целевых социальных групп, которые в свою очередь делятся на следующие виды:

-СМИ социальных групп, сформированных по признаку принадлежности к общественно-политическим структурам;

-СМИ социальных групп, отличающихся имущественным цензом и социальным статусом в обществе;

-СМИ социальных групп, имеющих различный производственно-должностной статус.

«Российская газета»

Российская газета является массовым СМИ, общенациональным средством массовой информации,

«РГ» относится к нескольким способам распространения т. к. в разных регионах разная периодичность издания

Общие признаки газеты «Коммерсантъ» и «Российской газеты»:

1. Газета Коммерсант и Российская газета являются легальными изданиями.

2. Оба издания относятся к официальным изданиям изданиями.

3. Стиль изложения характеризуется как публицистический и деловой.

4. Обе газеты строго структурированы, материалы распределены по разделам и рубрикам.

5. Исходя, из тематики обоих изданий можно сделать вывод, что они относятся к публицистическому жанру.

Сделав анализ этих печатных изданий можно прийти к выводу, что значительный процент информации газета «Коммерсантъ» получает из коммуникативных источников информации (например, интервью или опрос), так как они обширно освещают тему спорта, искусства, производства. В этих темах предпочтителен прямой контакт с людьми. Но некоторая информация поступает от крупных фирм и организаций. Чаще всего такой материал получается некоммуникативными способами (работа с пресс-службами и службами связи с общественностью). Основным же источником информации «Российской газеты» являются органы местного самоуправления, региональная и федеральная власть, так как содействует функционированию государства и совершенствованию государственного механизма. Также «Российская газета» получает информацию из документов (постановления правительства и т. п.) – это некоммуникативный способ. Естественно, «РГ» не ограничивается только информацией от властей, она так же пользуется коммуникативными методами получения информации, но уже в меньшей степени, чем «Коммерсантъ».

В целом, эти газеты используют как коммуникативные, так и некоммуникативные методы получения информации, и, в некоторых случаях даже аналитические. Делают они это в разных случаях и в разном соотношении.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрев основные источники информации и проанализировав их, сопоставив разные точки зрения на проблему журналистской информации, были сделаны следующие выводы:

Получение сведений информации – это постоянно взаимодействие журналиста с объектом. Поэтому, выбирая тот или другой источник информации, журналист обязан учесть:

1. Общие и конкретные цели (о чем будет материал, для чего его пишет журналист – то ли он собирается лишь сообщить читателю о фактах и событиях, то ли собирается представить с чьим-то мнением, то ли расследует предпосылки сложившейся ситуации и пр.)

2. Доступность источников информации (если журналист не может заполучить доступ к документам, то ему нужно находить собеседников, которые обладали бы подходящей информацией. Или, напротив. Если не удаётся взять интервью у известных личностей, нужно проверить библиотечную литературу, приподнять подшивки статей, отыскать опубликованные с ними интервью или публикации, связанные с их творчеством или профессиональной деятельностью.)

3. Сроки сбора информации (одно дело, если у журналиста для написания материала несколько дней, и он может следить за внешними действиями объектов собственного исследования, встретиться со многими собеседниками лично, изучить бумаги. И другое дело, когда репортёр готовит заметки в номер в течение нескольких часов. В этом случае он обязан ограничиться телефонной беседой, собственным источником информации.)

4. Степень надёжности информации (если журналист сомневается в надёжности информации, приобретенной одним из способов, ему нужно проверять её с помощью других)

Существует огромная численность разных источников информации. Все они имеют ряд преимуществ и недостатков. Для того, чтобы журналистский материал был обогащен более интересной и актуальной информацией корреспондент должен использовать все виды источников информации.

**Список использованных источников**

1. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студентов вузов / Г. В. Лазутина. – 2-е изд., перераб. ISBN 978-5-7567-0306-240 c.

2. Основы творческой деятельности журналиста. С.Г. Корконосенко, составление 2000. ISBN 5-7320-0539-0  
3. Творческая деятельность журналиста (очерки теории и практики): Учебное пособие / Под общ. ред. Я. Н. Засурского.-3-е изд.-н: Академический проект; Фонд «Мир», 2014.-528 с. (Gaudeamus) ISBN 978-5-8291-1606-4 («Академический проект») ISBN 978-5-919840-20-0 (Фонд «Мир»)

4. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов.-СПб.:Питер, 2011.-400 с. ISBN 978-5-49807-909-7 Ким М.Н.

5. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие.-М.: Гардарики, 2005-287 с. ISBN 987-5-8297-0241-X (в пер.) Черникова Е. В.  
6. Средства массовой информации России: Учебное пособие для студентов вузов/М.И Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др.; под редакцией Я.Н. Засурского. - М.; Аспект Пресс, 2006. – 380 с.

7. <http://fb.ru/article/42037/osnovnyie-metodyi-sbora-informatsii>

8. <https://otherreferats.allbest.ru/journalism/00798397_0.html#text>

9. <https://otherreferats.allbest.ru/journalism/00003572_0.html#text>

10. <https://lektsii.org/8-15925.html>

11. <https://studfiles.net/preview/5176069/page:14/>

12. <https://www.syl.ru/article/329084/chto-takoe-intervyu-kak-brat-intervyu>

13. <https://ria.ru/interview/>

14. http://www.mlg.ru/ratings/

15. https://www.syl.ru/article/181330/new\_nablyudenie-eto-metod-nablyudeniya

1. https://otherreferats.allbest.ru/journalism/00798397\_0.html#text [↑](#footnote-ref-1)
2. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студентов вузов / Г. В. Лазутина. – 2-е изд., перераб. ISBN 978-5-7567-0306-240 c. [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://fb.ru/article/232264/chto-takoe-intervyu-provedenie-intervyu> [↑](#footnote-ref-3)
4. Основы творческой деятельности журналиста. С.Г. Корконосенко, составление 2000. ISBN 5-7320-0539-0 [↑](#footnote-ref-4)
5. Основы творческой деятельности журналиста. С.Г. Корконосенко, составление 2000. ISBN 5-7320-0539-0 [↑](#footnote-ref-5)
6. <https://author24.ru/spravochniki/sociologiya/sociologicheskie_issledovaniya/kontent-analiz_kak_metod_sbora_sociologicheskoy_informacii/> [↑](#footnote-ref-6)
7. http://www.mlg.ru/ratings/ [↑](#footnote-ref-7)