

## **СБОР ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ МЕДИАПУТЕШЕСТВИЯ**

**Коллективная** составляющая сбора информации состоит в следующем:

- Посещение лекций, мастер-классов, симпозиумов и конференций;
- Работа на семинарах, тренингах, деловое общение (как в аудитории, так и личные общения).

- Переписка (почтовая и электронная, по E-mail), телефонные переговоры, общение в чатах, видеоконференциях и т.п.

- Визиты (личные или через курьера) к экспертам, профильным фирмам, агентствам - носителям важной информации.

Вследствие этого большое внимание уделялось и уделяется индивидуальному, самостоятельному сбору информации.

**К индивидуальному, самостоятельному сбору информации следует отнести:**

- Чтение специализируемой литературы в библиотеке (с конспектированием).

- Просмотр традиционных СМИ, теле- и радиопередач на вопрос актуальности тем и поднимаемых вопросов.

- Чтение статей, монографий, и других первоисточников.

- Поиск статей на данную тему в реферативных журналах, в списке первоисточников и т.п.

- Поиск литературы в каталогах (библиотечных, онлайн-овых и т.п.).

- Сбор информации в Интернете.

### **МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ**

1. **Опрос** (анкетный, почтовый, прессовый, социологическое интервью). Методы опроса: личное собеседование, анкетный опрос, интервью, телефонные разговоры и др.

2. **Контент-анализ документов.** Контент-анализ документов – метод сбора количественных данных, содержащихся в документах, об изучаемом явлении или процессе. Изучение специализированной литературы (справочники, каталоги, специализированные издания, реферативные журналы, обзоры и тематические монографии, конспекты, материалы музеев), сообщений в журналах и газетах, Интернет-источниках и др.

3. **Наблюдение** – сбор первичной информации путем наблюдения за wybranными группами людей, действиями и ситуациями.