

ОЦЕНКА ИМИДЖА СТРАНЫ

информационно-аналитическая система
мониторинга медиаимиджа стран

26 октября

2010

[В отчете представлены модель построения программы, руководство по работе с проектной версией, первичные рубрикаторы]

Методология: Д.П.Гавра
Разработка: А.В.Мозолин

СОДЕРЖАНИЕ

МЕТОДОЛОГИЯ ПОСТРОЕНИЯ ПРОГРАММЫ	3
СТРУКТУРА АНАЛИТИЧЕСКОЙ ЗАПИСКИ	3
Раздел 1. Имиджевые характеристики страны в сферах	3
Раздел 2. Субстанциональная структура имиджа страны	4
ОБЩАЯ СХЕМА МОДУЛЕЙ ПРОГРАММЫ	5
ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ БД «МЕДИАИМИДЖ СТРАНЫ»	12
РУКОВОДСТВО ПО ВВОДУ ДАННЫХ	13
Ввод данных	14
Рубрикатор	15
Ввод параметров: жанры, оценка, событие	16
СИСТЕМА АНАЛИЗА ИМИДЖА	19
Рейтинг страны в СМИ	20
Сравнение нескольких стран	22
Страна в темах	23
Страна в событиях	23
СМИ, события, темы	23
Страна в жанрах	23
Страна и ценности	23
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ	24
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ.	24
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ТЕМАТИЧЕСКИЕ РУБРИКАТОРЫ	32

МЕТОДОЛОГИЯ ПОСТРОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Основные задачи программы:

1. выявить динамику содержания транспируемых СМИ имиджевых характеристик территориально-государственных образований .
2. выяснить положение имиджа отдельного территориально-государственных образований в информационно-коммуникативных потоках относительно образований.

1. Концептуально программа построена основе сферно-субстанционального подхода к анализу имиджевой динамики территориально-государственных образований профессора Д.П.Гавры и опирается на два базовых постулата. Постулат первый – о возможности дезагрегации всего пространства социальной жизни на ряд относительно автономных, хотя и взаимосвязанных между собой сфер. Постулат второй связан с предположением о том, что любая сфера общественной жизни как в онтологическом, так и в коммуникативном плане может быть представлена как некоторая структурно организованная конструкция, собранная из ограниченного набора базовых элементов.

2. В качестве основного метода, используемого программой для решения поставленных задач, выбран контент-анализ. При этом в программе реализуется как количественный, так и качественный контент-анализ.

Количественный контент-анализ в первую очередь интересуется частотой появления в тексте определенных характеристик (переменных) содержания.

Качественный контент-анализ позволяет делать выводы даже на основе единственного присутствия или отсутствия определенной характеристики содержания.

СТРУКТУРА АНАЛИТИЧЕСКОЙ ЗАПИСКИ

РАЗДЕЛ 1. ИМИДЖЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТРАНЫ В СФЕРАХ

I. Общая характеристика имиджа за период мониторинга

Рейтинг в СМИ
Рейтинг в Теммах
Рейтинг в Оценках
Страна в Событиях
Страна в Жанрах
Страна и Ценности

II. Рейтинг страны в СМИ

Активность по стране за период
Сравнение стран
Сравнение стран за период
Страна в оценках СМИ
Страна в оценках СМИ за период

III. Рейтинг страны в темах

Страна в темах за период

Сравнение стран в темах

Сравнение стран в темах за период

СМИ в формировании темы, связанной со страной

IV. Рейтинг страны в оценках

Страна в оценках за период

Сравнение стран в оценках

Сравнение стран в оценках за период

Оценки страны в темах

Оценки страны в темах за период

СМИ и оценочная структура имиджа страны

V. Страна в событиях

Страна в событиях за период

Сравнение стран в событиях

Сравнение стран в событиях за период

Оценки страны в событиях

Оценки стран в событиях

СМИ в формировании события, связанного со страной

VI. Страна в жанрах

Страна в жанрах за период

Сравнение стран в жанрах

Сравнение стран в жанрах

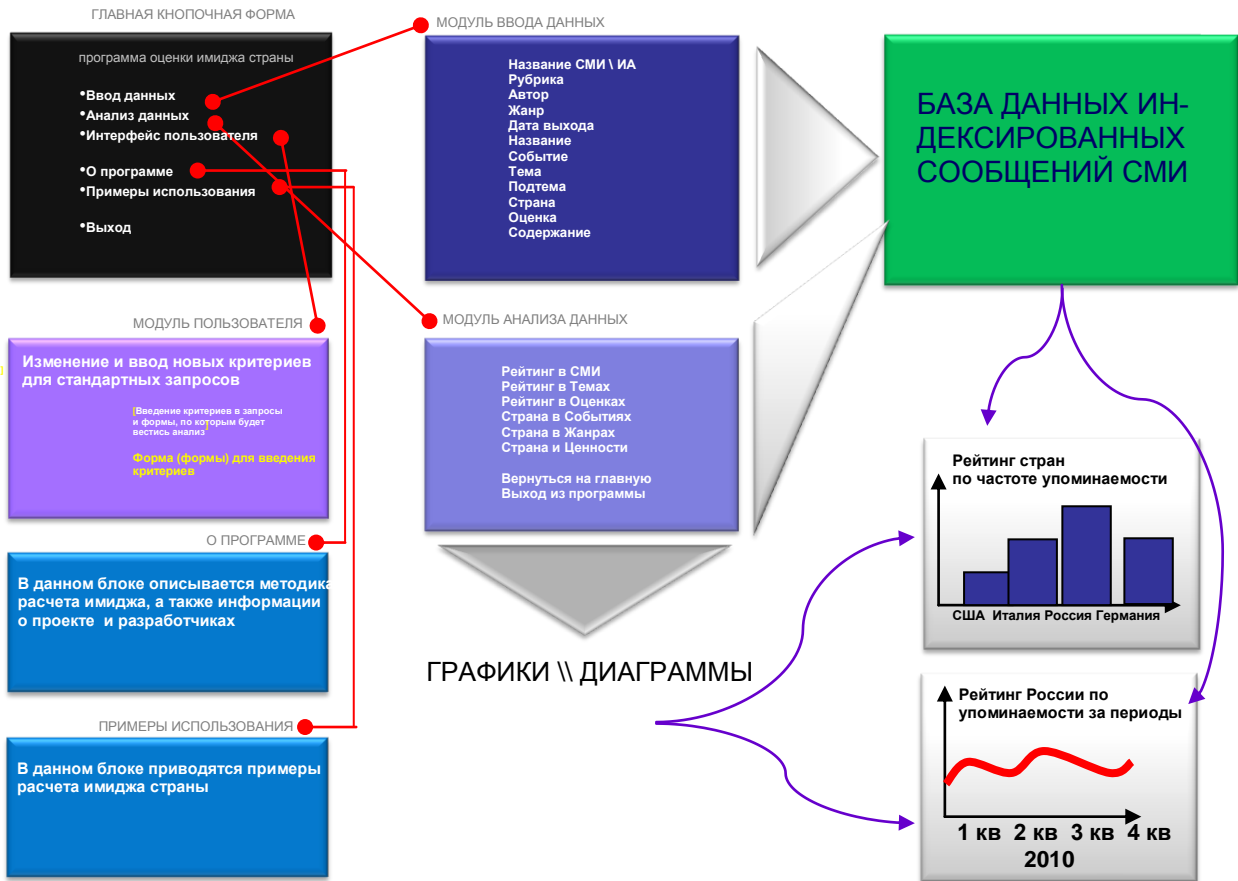
за период

СМИ и жанровая структура имиджа страны

РАЗДЕЛ 2. СУБСТАНЦИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА ИМИДЖА СТРАНЫ

- Ценностная структура имиджа страны
- Ценностная структура имиджа страны за период
- Сравнение ценностных структур имиджей стран
- СМИ и ценностная структура имиджа страны за период
- Оценки и ценностная структура имиджа страны за период
- Событие и ценностная структура имиджа страны за период
- Темы и ценностная структура имиджа страны за период

ОБЩАЯ СХЕМА МОДУЛЕЙ ПРОГРАММЫ



МОДУЛЬ ВВОДА ДАННЫХ

МОДУЛЬ ВВОДА ДАННЫХ

ФОРМА ВВОДА ДАННЫХ

Название СМИ \ IA
 Рубрика
 Автор
 Жанр
 Дата выхода
 Название
 Событие
 Тема
 Подтема
 Страна
 Оценка
 Содержание

ОРИЕНТИРОВОЧНЫЕ ПРИМЕРЫ ВОПЛОЩЕНИЯ

СМИ: АиР-Урал | Дата: 22.09.2013 | номер: 42
 Рубрика: жизнь свердловчан в вопросах и ответах | Название: Как будет прибыть
 Автор: Людмила Савельева, г. Екатеринбург | Паспортное:
 Жанр: фото

Тема
 - ПРАВДЫВЕДЕНИЕ
 - СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО
 - ЛЕСНОЕ ХОЗЯЙСТВО
 - ТРАНСПОРТ
 - СВЯЗ
 - СТРОИТЕЛЬСТВО
 - ТОРГОВЛЯ И ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ
 - ПРОЧИЕ
 - ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО
 - ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

Постена
 СОЦИАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
 Зарплата
 Зарплата
 Зарплата

Событие
 Аннотация

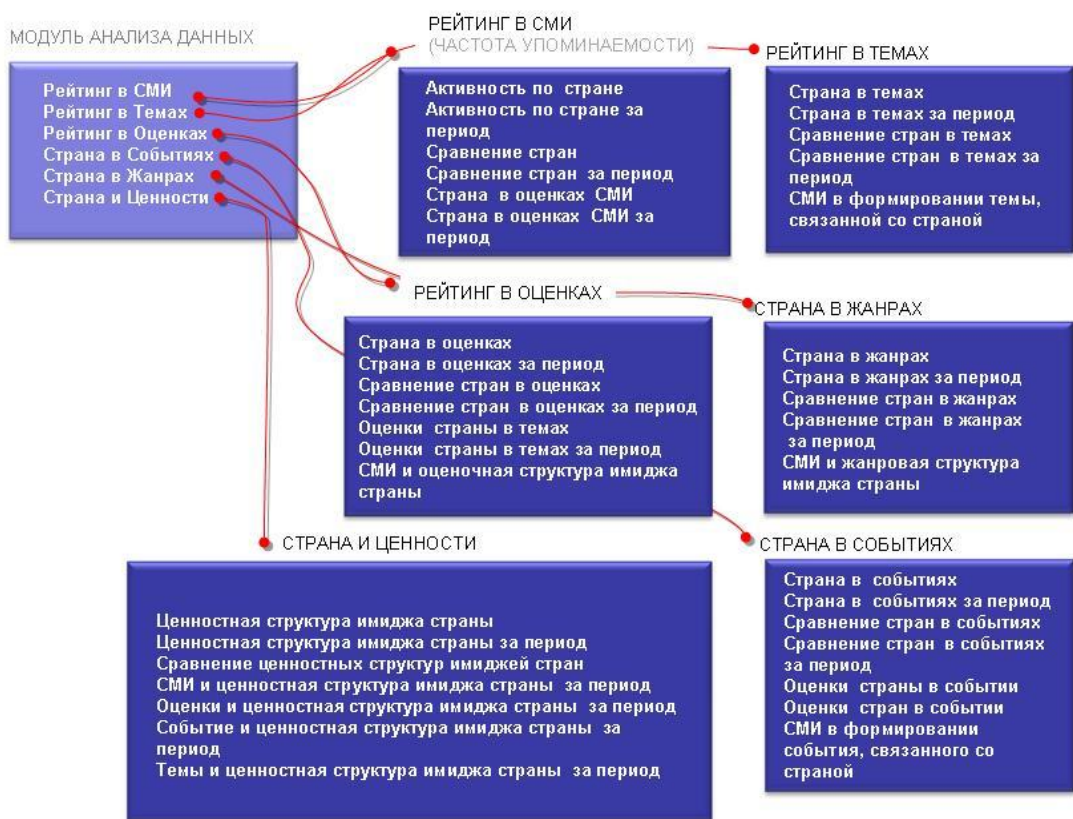
СОДЕРЖАНИЕ

Примерный список стран для анализа. В каждом сообщении по каждой стране (если это присутствует в тексте) ставится оценка с точки зрения страны. Например, если в тексте хорошо говорится о России и плохо о Германии, то эти оценки, соответственно, и заносятся в форму.

В параметре «Событие» фиксируется значимое событие (характеристики значимости см. далее), которое может повлиять на имидж страны. «Название» события состоит из 2 – 3 слов. Для избегания путаницы и повторов в «Аннотации» описывается суть события (до 10 слов).

В базу вносится полный текст сообщения, по которому в дальнейшем будет вестись анализ.

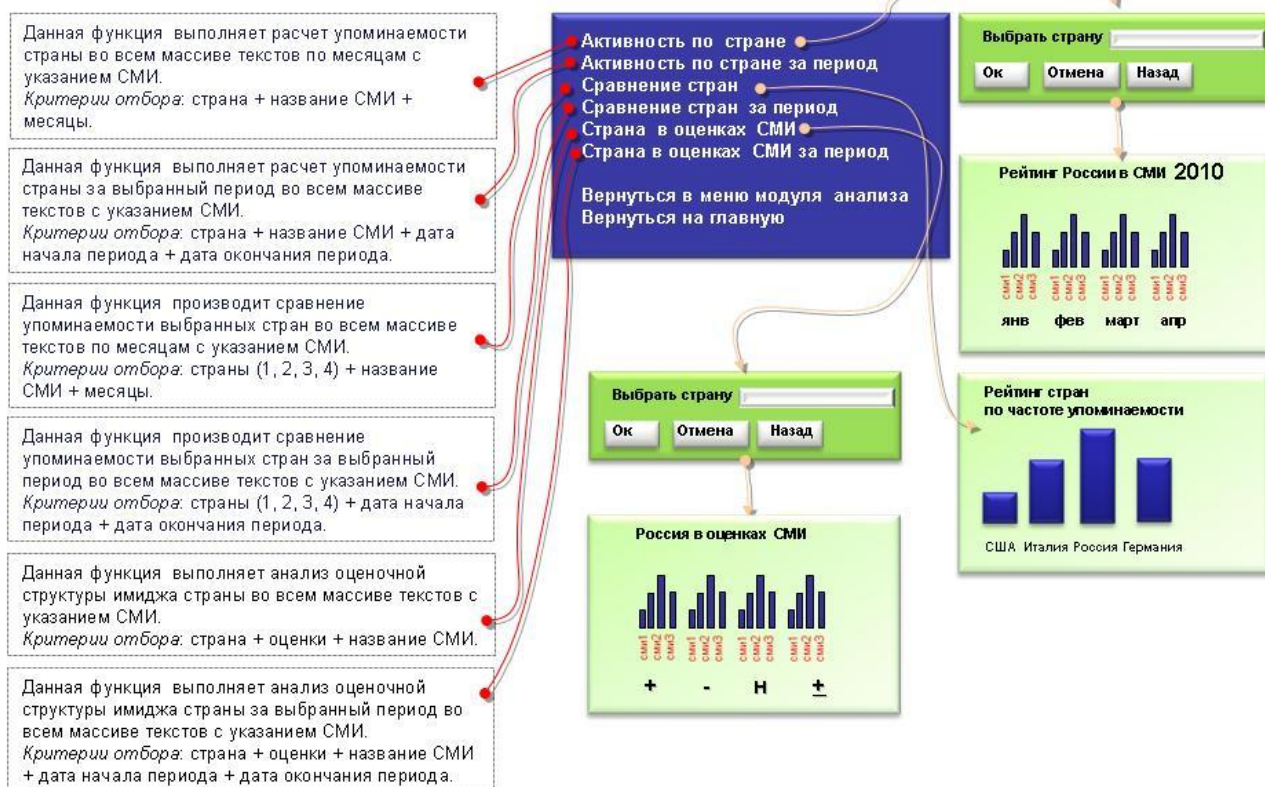
МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ



МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \ РЕЙТИНГ В СМИ

Данный подмодуль выполняет функцию анализа **частоты упоминания** страны (стран) в массиве текстов, находящихся в БД. Это позволяет оценить **вклад** каждого СМИ в формирование имиджа страны. При этом в модуле существует возможность выявить **структуру оценок**, которые распространяет каждое конкретное СМИ о стране.

ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ПРИМЕРЫ ВОПЛОЩЕНИЯ



МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \ РЕЙТИНГ СТРАНЫ В ОЦЕНКАХ

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАМЕЧАНИЯ

При определении оценки мы исходили из следующих трактовок:
ОЦЕНКА – «способ установления значимости чего-либо для действующего и познающего субъекта».

ОЦЕНКА – «мнение, суждение, высказанное о качествах кого-чего-нибудь». (подробней см. Приложение 1.)

Эти определения предполагают, что даже в рамках одного анализируемого текста в зависимости от субъекта анализа могут содержаться совершенно противоположные оценки. В связи с этим, программа предусматривает на уровне отдельного сообщения фиксирование оценок по каждой анализируемой стране.

оценка
оценка

негативная
 сбалансированная
 нейтральная
 позитивная

СТРАНА	ОЦЕНКА
Россия	+ - Н ±
Германия	_____
Италия	_____
Франция	_____

МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \ РЕЙТИНГ СТРАНЫ В ОЦЕНКАХ

Данный подмодуль производит **анализ оценок** страны (стран), фигурирующих в СМИ в массиве текстов, находящихся в БД. Это позволяет выявить оценочную структуру имиджа, а также темы сообщений, внутри которых были даны эти оценки.

ОРИЕНТИРОВОЧНЫЕ ПРИМЕРЫ ВОПЛОЩЕНИЯ

! Принципы, по которым активизируются функции этого подмодуля аналогичны предыдущему. В связи с этим ограничимся лишь описанием критериев, на основе которых они будут осуществляться.

- Критерии отбора: страна + оценки + месяцы.
- Критерии отбора: страна + оценки + дата начала периода + дата окончания периода.
- Критерии отбора: страны (1, 2, 3, 4) + оценки + месяцы.
- Критерии отбора: страны (1, 2, 3, 4) + оценки + дата начала периода + дата окончания периода.
- Критерии отбора: страна + темы + оценки + месяцы.
- Критерии отбора: страна + темы + оценки + дата начала периода + дата окончания периода.
- Критерии отбора: страна + оценки + название СМИ + дата начала периода + дата окончания периода.



Страна в оценках
 Страна в оценках за период
 Сравнение стран в оценках
 Сравнение стран в оценках за период
 Оценки страны в темах
 Оценки страны в темах за период
 СМИ и оценочная структура имиджа страны

Вернуться в меню модуля анализа
 Вернуться на главную



МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \ СТРАНЫ В ТЕМАХ

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАМЕЧАНИЯ

Под «темой публикации» мы будем понимать деятельность различных субъектов (или персон) в той или иной сфере жизни общества. Поскольку некоторые темы подразумевают очень широкую сферу деятельности, то для конкретизации мы разбили их на два блока.
 Блок 1. включает в себя отраслевой рубрикатор (см. Тематический рубрикатор данных «Отрасли»).
 Блок 2. содержит в себе темы, связанные с различными сферами жизнедеятельности (см. Рубрикатор «Сферы жизнедеятельности»). Приложение 2. Тематические рубрикаторы.)

Критерии отбора: страна + темы + месяцы.

Критерии отбора: страна + темы + дата начала периода + дата окончания периода.

- 1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ РУБРИКАТОР ДАННЫХ «ОТРАСЛИ»**
1. → Жилищно-коммунальное хозяйство
 2. → Здравоохранение, физкультура и социальное обеспечение
 3. → Кредитование и гос. страхование
 4. → Культура и искусство
 5. → Легкая промышленность
 6. → Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность
 7. → Лесное хозяйство
 8. → Материально-техническое снабжение и сбыт
 9. → Машиностроение и металлообработка
 10. → Медицинская промышленность
 11. → Металлургия
 12. → Микробиологическая промышленность
 13. → Нанотехнологическая промышленность
 14. → Народное образование
 15. → Наука и научное обслуживание
 16. → Пищевая, мукомольно-крупяная, комбикормовая промышленность
 17. → Полиграфическая промышленность
 18. → Промышленность стройматериалов
 19. → Прочие виды деятельности материального производства
 20. → Связь
 21. → Сельское хозяйство
 22. → Спорт
 23. → Строительство
 24. → Топливная промышленность
 25. → Торговля и общественное питание
 26. → Транспорт
 27. → Химическая и неметаллическая промышленность
 28. → Энергетика

- 2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ РУБРИКАТОР «СФЕРЫ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**
1. → **ВНЕШНЯЯ СРЕДА**
 - 1.1. Стихийные бедствия
 - 1.2. Техногенные катастрофы и аварии
 - 1.3. Экологическая обстановка
 - 1.4. Массовые заболевания
 2. → **СФЕРА ПРОИЗВОДСТВА И ИНФРАСТРУКТУРА**
 - 2.1. Соотношение форм собственности
 - 2.2. Производство продукции и использование производственных мощностей
 - 2.3. Эффективность сельского хозяйства
 - 2.4. Изменение хозяйственного механизма
 3. → **ЗАНЯТОСТЬ**
 - 3.1. Безработица
 - 3.2. Виржи-трудя
 - 3.3. Изменение структуры занятости
 4. → **ФИНАНСЫ И КРЕДИТ**
 - 4.1. Бюджет
 - 4.2. Денежное обращение
 - 4.3. Кредитная система
 - 4.4. Банковская система
 - 4.5. Ценообразование
 5. → **СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА**
 - 5.1. Уровень жизни
 - 5.2. Обеспеченность жильем
 - 5.3. Обеспечение товарами и услугами
 - 5.4. Медицинское обслуживание
 - 5.5. Образование
 - 5.6. Проблемы семьи и женщин
 - 5.7. Адвокатская сфера
 - 5.8. Проблемы молодежи
 6. → **ПОЛИТИКА**
 - 6.1. Региональная политика - центральная власть
 - 6.2. Деятельность местных властей
 - 6.3. Политическая активность населения и общественных организаций
 - 6.4. Структурные и кадровые изменения - власти
 - 6.5. Законодательная деятельность
 - 6.6. Деятельность средств массовой информации
 - 6.7. Вооруженные силы
 - 6.8. Межгосударственные отношения и организации
 7. → **КРИМИНОГЕННАЯ ОБСТАНОВКА**
 - 7.1. Преступность
 - 7.2. Деятельность правоохранительных органов
 8. → **ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА**
 - 8.1. Родяемость
 - 8.2. Смертность
 - 8.3. Миграция населения
 - 8.4. Половозрастная структура населения

МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \ СТРАНЫ В ТЕМАХ

Данный подмодуль производит **анализ частоты присутствия** страны (стран) в различных **темах** (сферах жизнедеятельности), фигурирующих в сообщениях СМИ, находящихся в БД. Это позволяет выявить тематическую структуру имиджа, а также вклад различных СМИ в формировании того или иного «тематического» представления о стране (странах).

ОРИЕНТИРОВОЧНЫЕ ПРИМЕРЫ ВОПЛОЩЕНИЯ

Критерии отбора: страна + темы + месяцы.

Критерии отбора: страна + темы + дата начала периода + дата окончания периода.

Критерии отбора: страны (1, 2, 3, 4) + темы + месяцы.

Страна в темах
Страна в темах за период
Сравнение стран в темах
Сравнение стран в темах за период
СМИ в формировании темы, связанной со страной

Вернуться в меню анализа
Вернуться на главную

Критерии отбора: страны (1, 2, 3, 4) + темы + дата начала периода + дата окончания периода.

Критерии отбора: страна + тема + название СМИ + дата начала периода + дата окончания периода.

Темы России в СМИ 2010

Россия в темах СМИ 1.05.10 – 30.05.10

Страны в темах СМИ

[Анализ делается или по всей массовке, или за период]

СМИ в формировании темы, связанной со страной

[Анализ делается только за период]

МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \ \ СТРАНЫ В СОБЫТИЯХ

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАМЕЧАНИЯ

«**Событие**» - то изменение реальности, о котором пишется в данной публикации. Например, событиями являются: встреча отставка мэра Москвы, собрание акционеров банка, пуск новой линии завода и т.п. Событиями не являются: сами по себе публикации в газетах, высказывание кем-либо своей точки зрения, обсуждение в СМИ каких-либо вопросов и проблем (так как никакого изменения реальности при этом не происходит).

Отслеживание событий производится на двух уровнях:

Первый уровень – деятельность субъекта публичной деятельности (Президент, министры и т.п.)

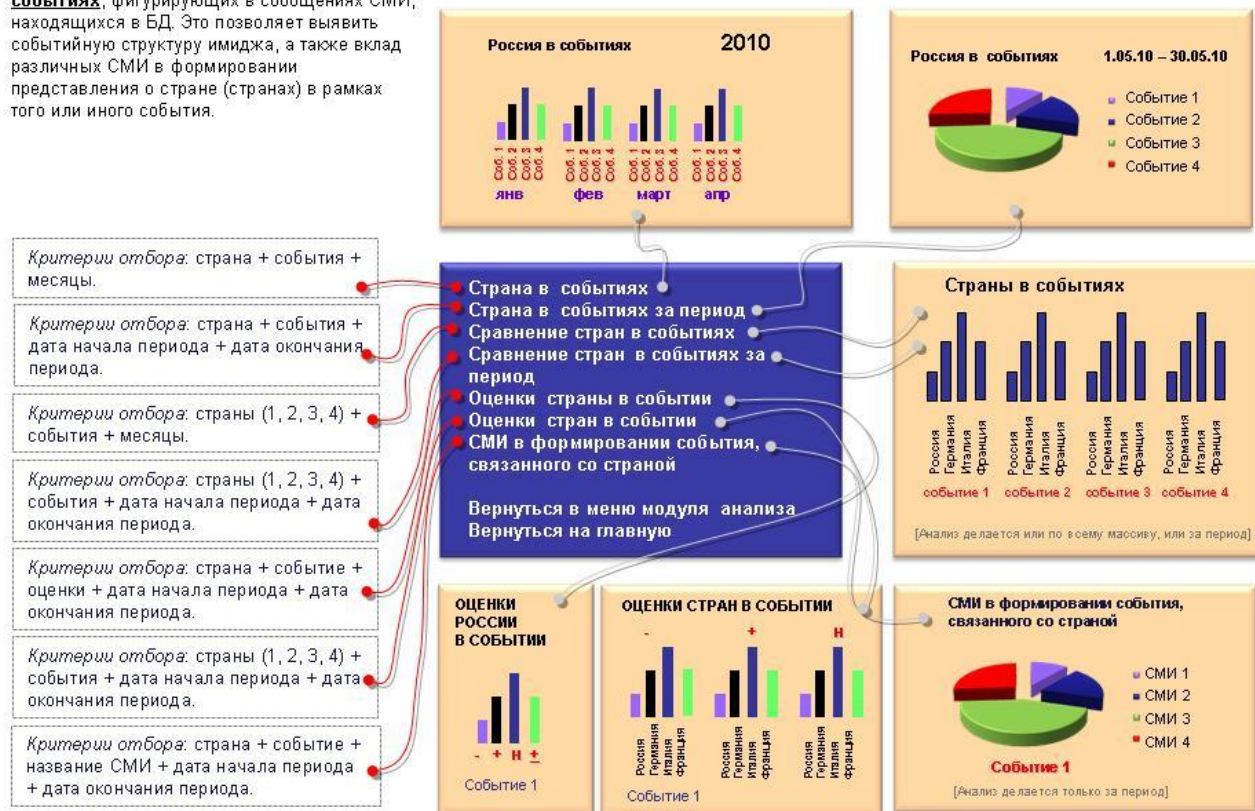
Второй уровень - деятельность органов государственного, компаний и корпораций применительно к той или иной отрасли.

Например, событием первого уровня будет являться выпуск новой продукции, встреча руководителей предприятия с зарубежными партнерами. События второго уровня – принятие закона о снижении таможенных ставок на экспорт металлопродукции.

МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \ \ СТРАНЫ В СОБЫТИЯХ

Данный подмодуль производит анализ частоты присутствия страны (стран) в различных **событиях**, фигурирующих в сообщениях СМИ, находящихся в БД. Это позволяет выявить событийную структуру имиджа, а также вклад различных СМИ в формировании представления о стране (странах) в рамках того или иного события.

ОРИЕНТИРОВОЧНЫЕ ПРИМЕРЫ ВОПЛОЩЕНИЯ



МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \ \ СТРАНЫ В ЖАНРАХ

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАМЕЧАНИЯ

Жанры в журналистике – устойчивые типы публикаций, объединенные сходными содержательно-формальными признаками, которые называются жанрообразующими факторами. Т.е. жанр – это специфический способ отражения действительности и специфический способ ее анализа.

Мы исходим из подхода, что жанры относятся к качественным характеристикам сообщения и характер подачи меняется от заметки к корреспонденции или статье. Т.е. от заметки к статье идет постепенное изменения характера публикации от простой подачи информации (констатирования фактов) до обобщений и выводов (анализ событий).

Если событие подано в чисто информационных жанрах – заметка или отчет – то, скорее всего, журналисты не придадут ему особой важности. Они лишь информируют читателей о том, что, где, когда произошло (произойдет), кто или что было (будет) центром внимания общественности. Если же о событиях пишут в жанрах репортажа или интервью, то это, как правило, подача материала с его эмоциональной оценкой, с элементами анализа, с высказыванием точек зрения специалистами и самими журналистами по проблеме. С помощью таких жанров СМИ уже не просто информирует своих читателей о происходящем, а так или иначе формирует их отношение к событиям или проблемам, ставит те или иные вопросы на широкое обсуждение.

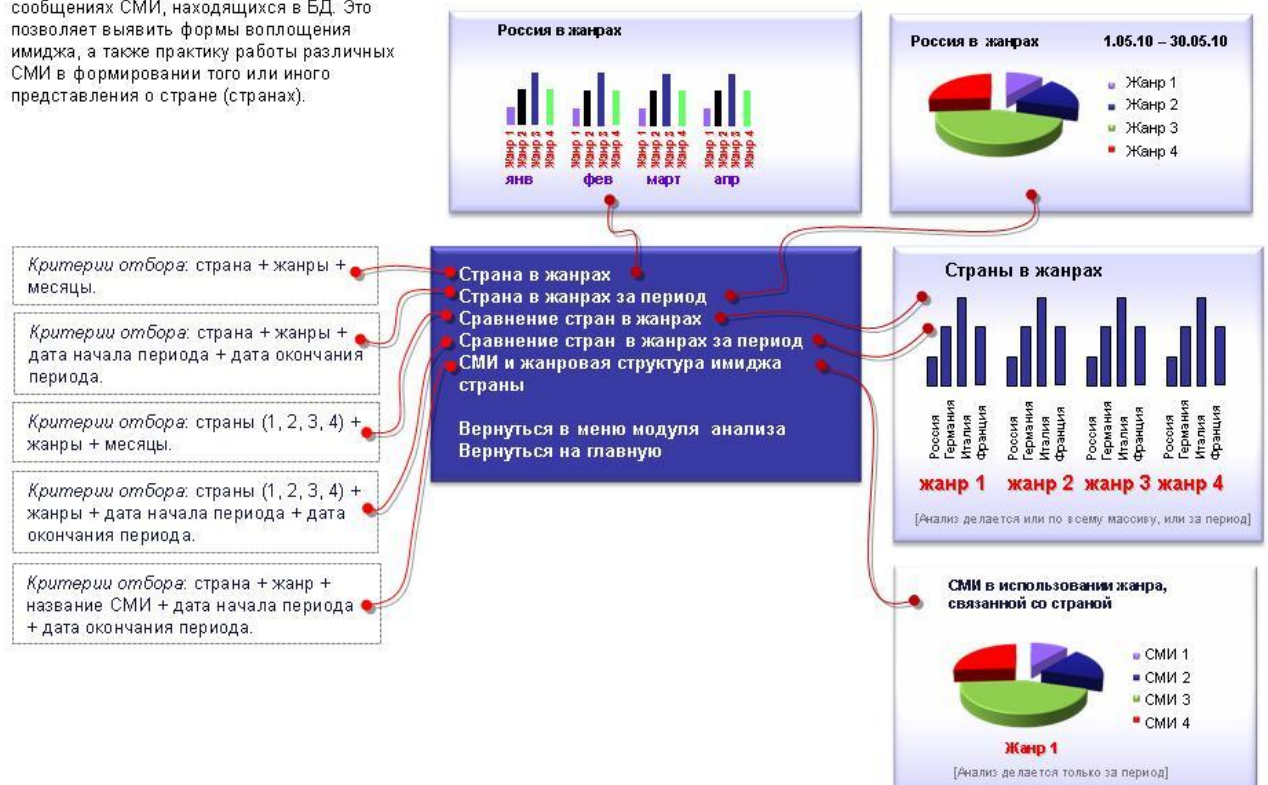
Аналитические жанры – корреспонденция и статья – обычно рассматривают причины и закономерности, вызвавшие то или иное явление, выявляют причинные связи между фактами, описывают тенденции развития событий (подробнее см. Приложение 1.)

жанры
жанры
заметка
расширенная информация
корреспонденция
интервью
зарисовка
репортаж
обзор
рецензия
комментарий
объявление
нормативно-правовой акт
статья
письмо
фельетон
обращение
отчет
реклама
очерк
анонс
расследование
опрос
хроника

МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \ \ СТРАНЫ В ЖАНРАХ

Данный подмодуль производит анализ частоты использования различных **жанров** в текстах, связанных со страной (странами) в сообщениях СМИ, находящихся в БД. Это позволяет выявить формы воплощения имиджа, а также практику работы различных СМИ в формировании того или иного представления о стране (странах).

ОРИЕНТИРОВОЧНЫЕ ПРИМЕРЫ ВОПЛОЩЕНИЯ



МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \\ СТРАНЫ И ЦЕННОСТИ

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАМЕЧАНИЯ

В качестве базовых параметров для применения субстанционального подхода в программе использованы демократические ценности. Предварительный анализ (см. Приложение 3.) позволил нам выделить следующие:

- Законность
- Равенство
- Свобода
- Права человека
- Право на самоопределение
- Консенсус
- Плюрализм.

Для их алгоритмизации в программу мы воспользовались следующей методикой.

На первом этапе в произвольно отобранном массиве текстов были отобраны устойчивые словосочетания (наиболее часто встречающиеся с выделенными ценностями), которые контекстуально отражают содержание и дух демократии.

Например, свобода – демократическая; свобода – правовая; свобода – слова и т.п.

На втором этапе данные словосочетания были введены в программу в качестве критериев для анализа. При этом логика подсчета частотности ценностных критериев выглядит следующим образом:

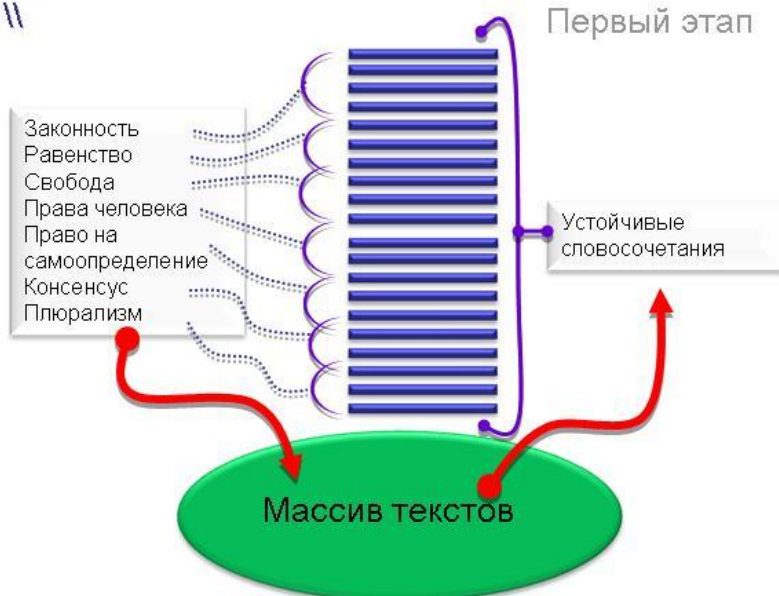
(сумма) «Свобода» = 8

- свобода – демократическая (встречается в 2-х текстах)
- свобода – правовая (встречается в 3-х текстах)
- свобода – слова (встречается в 3-х текстах)



БАЗА ДАННЫХ
ИНДЕКСИРОВАННЫХ
СООБЩЕНИЙ СМИ

Первый этап



Второй этап

МОДУЛЬ АНАЛИЗА ДАННЫХ \\ СТРАНЫ И ЦЕННОСТИ

ОРИЕНТИРОВОЧНЫЕ ПРИМЕРЫ ВОПЛОЩЕНИЯ

Ценностная структура имиджа страны
 Сравнение ценностных структур имиджей стран
 Событие и ценностная структура имиджа страны за период
 Темы и ценностная структура имиджа страны за период

Вернуться в меню модуля анализа
 Вернуться на главную

Ценностная структура России в СМИ

январь февраль март апрель 2010

СМИ в формировании ценности, связанной со страной (Россия)

законность

[Анализ делается только за период]

Оценки и ценностная структура имиджа страны (Россия)

Права человека

1.05.10 – 30.05.10

Ценностная структура России в СМИ

1.05.10 – 30.05.10

Тема и ценностная структура имиджа страны (Россия)

Тема 1

[Анализ делается только за период]

Событие и ценностная структура имиджа страны (Россия)

Событие 1

[Анализ делается только за период]

Ценностные структуры имиджей стран

законность равенство свобода права человека

[Анализ делается или по всему массиву, или за период]

ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ БД «МЕДИАИМИДЖ СТРАНЫ»

Одним из ключевых моментов информационно-аналитического обеспечения работы любого субъекта публичной сферы является эффективный способ сбора, хранения и последующего использования информации. От того, насколько быстро будет осуществляться поиск и анализ информации, насколько она будет точной, зависит оперативность и точность оценки событий, происходящих в регионе и отражаемых в СМИ.

Необходимость в создании электронных Баз Данных очевидна – из-за огромного количества информации, ежедневно поступающей из всех СМИ, без баз данных анализ СМИ невозможен. В лучшем случае это может быть только экспертная оценка, строящаяся на интуитивных или эмпирических критериях.

В качестве современного способа накопления сообщений СМИ, структурирования этой информации и анализа нами была разработана система «МЕДИАИМИДЖ СТРАНЫ» которая представляет собой совокупность взаимосвязанных модулей:

1. БД «Администратор»;
2. БД «Оператор»;
3. БД «Аналитик»;

Система баз данных позволяет в комплексе работать со всем массивом информации об имиджах стран: сообщениями СМИ, информацией об авторах этих сообщений, о редакциях газет и телепрограмм, об актуальных темах – старых и новых, о публичных субъектах и т.п.

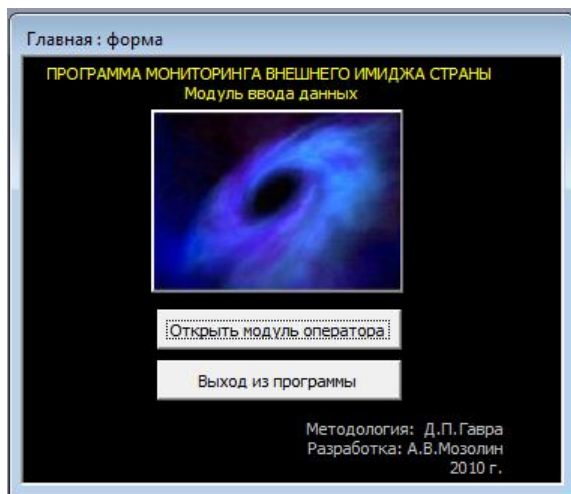
Наполнение баз данными осуществляется на основе материалов, опубликованных в СМИ, а также полнотекстовыми электронными версиями газет и журналов, представленных в интернете.

При этом процесс обработки информации можно разделить на четыре этапа. На первом этапе решаются задачи по отбору той информации, которая будет в дальнейшем анализироваться. На втором этапе отобранная информация структурируется с помощью баз данных нужным нам образом. В базу данных вносится оригинал сообщения, при этом выделяются значимые параметры этого сообщения. На третьем этапе структурированная информация проходит статистическую и аналитическую обработку. И на четвертом делаются выводы, которые оформляются в виде аналитической записки.

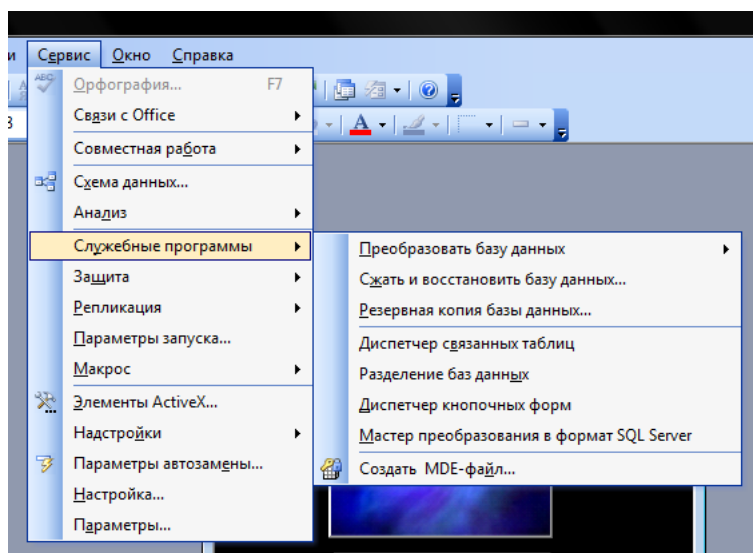
РУКОВОДСТВО ПО ВВОДУ ДАННЫХ

В модуле «Оператор» предусмотрен удобный интерфейс, который позволяет работать с базой на уровне уверенного пользователя ПК.

Работа с модулем начинается с открытия файла Operator.mdb, в котором появляется следующее меню.



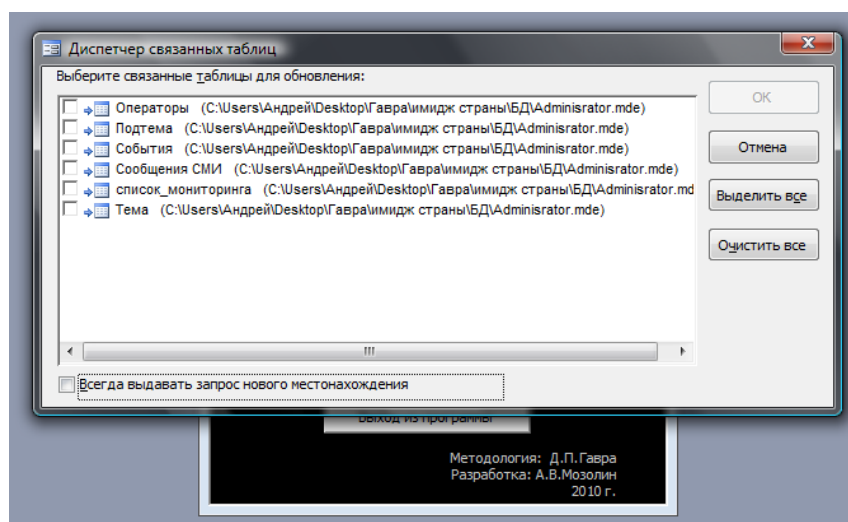
Перед началом работы необходимо синхронизировать модель «Оператор» с ядром программы. Для этого необходимо выполнить следующие действия:



Шаг 1. Откройте в меню «Сервис» раздел «Службные программы» и выберите в нем «Диспетчер связанных таблиц».

Шаг 2. Программа предложит вам выбрать связанные таблицы для обновления. Необходимо «Выделить все» и нажать «ОК». После этого выберете в открывшемся окне файл Administrator.mde и снова нажмите «Ок».

Шаг 3. На главной форме нажмите кнопку «Открыть модуль оператора».

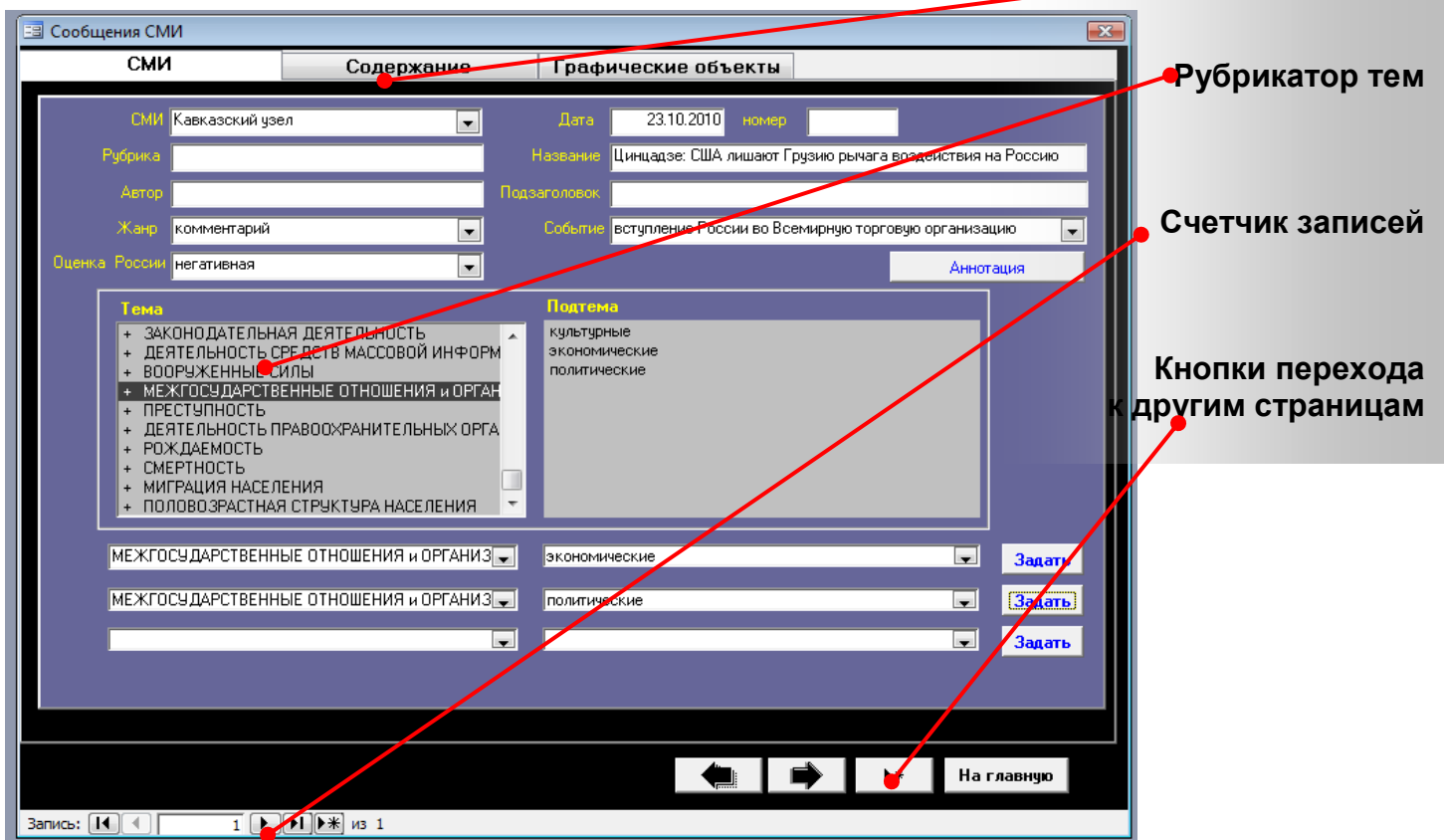


Примечание: При начале работы с модулем «Аналитик» также необходимо выполнить Шаги 1 и 2.

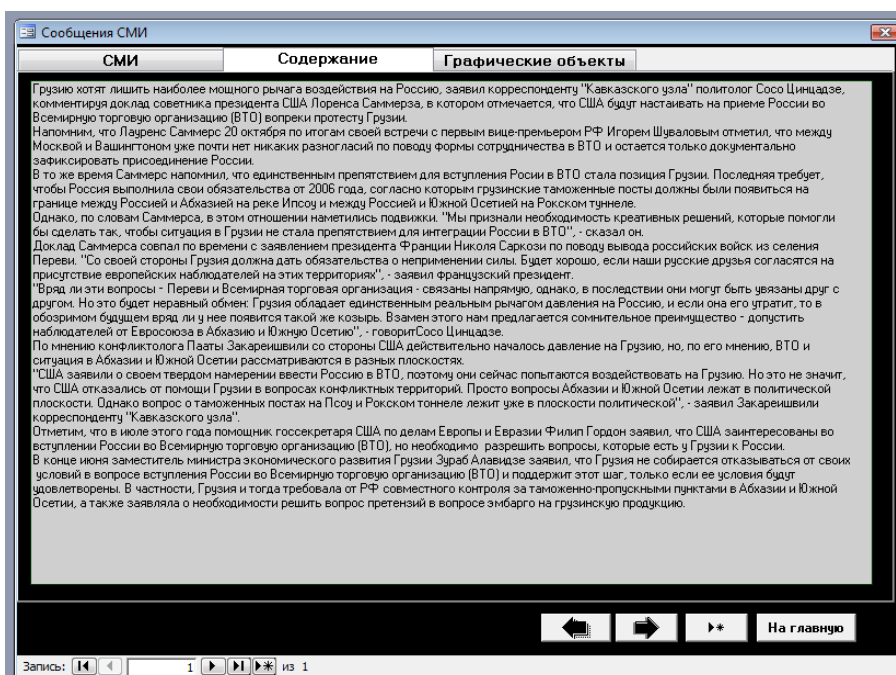
Внимание! Повторно обращаться к «Диспетчеру связанных таблиц» необходимо только в том случае, если вы переносите файлы с модулями в другие папки на своем компьютере.

ВВОД ДАННЫХ

На главной форме ввода данных расположены следующие поля, характеризующие любые сообщения



Основные характеристики любого сообщения : название СМИ, в котором опубликован текст, рубрика (не у всех сообщений), автор, позиция, название текста, подзаголовок (не у всех сообщений). Эти данные указаны в источнике (т.е. в электронной версии издания). Жанр, оценку, событие, тему и подтему оператор определяет самостоятельно, исходя из методики (см. приложения)



В верхней части формы расположены закладки «СМИ», «Содержание» и «Графические объекты». Для перехода на нужную закладку щелкните на нее. На закладке «СМИ» расположены основные поля, характеризующие сообщения. Для основного текста предусмотрена закладка «Содержание».

На закладке «Графические объекты» предусмотрены ячейки для хранения графических объектов, иллюстрирующих текст. Это могут быть фотографии, графики, таблицы.



В нижней части формы расположены кнопки перехода к другим страницам и счетчик записей. Кнопка «Реклама» позволяет вводить характеристики рекламных модульных сообщений.

РУБРИКАТОР

В ходе исследований в процессе мониторинга СМИ нами были выявлены и активно использовались следующие рубрики :

1. **Адресные данные:**
 - название газеты, журнала, ИА
 - дата публикации
 - номер
 - рубрика
 - заголовок материала
 - подзаголовок
 - автор

2. **Содержание:**
 - Жанр
 - тема
 - подтема
 - событие
 - оценка

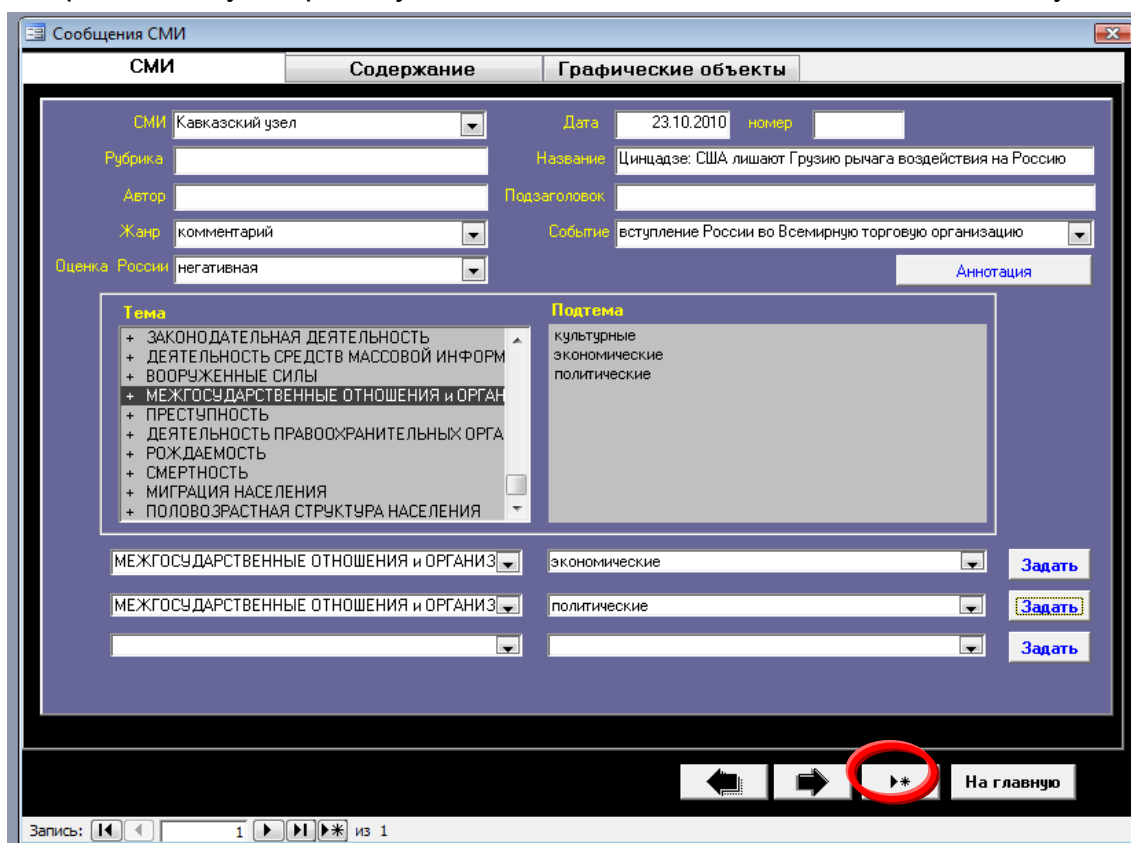
Кнопки, расположенные в нижней части рабочего поля позволяют осуществить переход к предыдущим и последующим записям, открыть чистую страницу для ввода новых данных, при необходимости добавить в поля подстановок новый жанр, новое событие, новую отрасль, новую сферу.

Раскрывающийся список кнопок «жанр», «оценка», «событие» позволяет выбрать один вариант из нескольких, что значительно облегчает ввод данных и дальнейшую работу с базой, связанную с анализом массива данных.

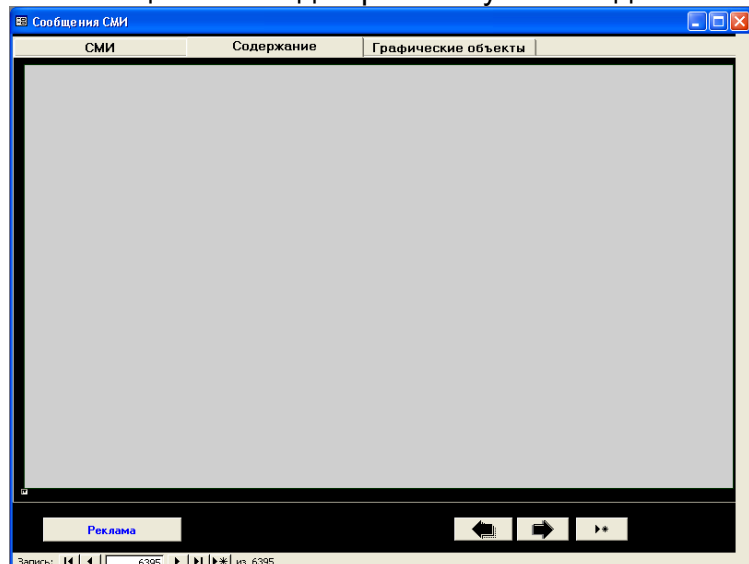
ВВОД ПАРАМЕТРОВ: ЖАНРЫ, ОЦЕНКА, СОБЫТИЕ

Ввод данных осуществляется путем копирования данных из файла-источника. В качестве источника могут выступать электронные версии газет и журналов, сверстанные в программе RM65, документы в программе Word, ленты новостей информационных агентств.

Откройте чистую страницу – в нижней части меню щелкните на кнопку со «звездочкой».



Для ввода названия издания выберите из подстановочного списка нужное издание (обратите внимание на полосу прокрутки с правой стороны списка!). Если издания в списке нет – обратитесь к администратору базы данных. Для того, чтобы заполнить поле «СМИ» щелкните один раз на нужное издание в подстановочном списке. (издания расположены в алфавитном порядке).



Поля «Автор», «Название» и «Подзаголовок» заполняются путем копирования соответствующих данных из файла-источника.

Дата сообщения соответствует дате выхода издания в свет, номер сообщения соответствует номеру издания.

Чтобы вставить основной текст сообщения щелкните мышкой один раз на закладку «Содержание» - откроется чистая страничка.

Скопируйте текст в файле-источнике (кнопки Ctrl+C), поставьте курсор в верхний левый угол серого поля на закладке «Содержание» и вставьте текст (кнопки Ctrl+V).

После этого необходимо текст внимательно прочитать. От того, насколько внимательно будет прочитан текст, зависит определение следующих характеристик: жанр, оценка, событие, тема и подтема.

Для того, чтобы точно определить жанр, оценку и событие.



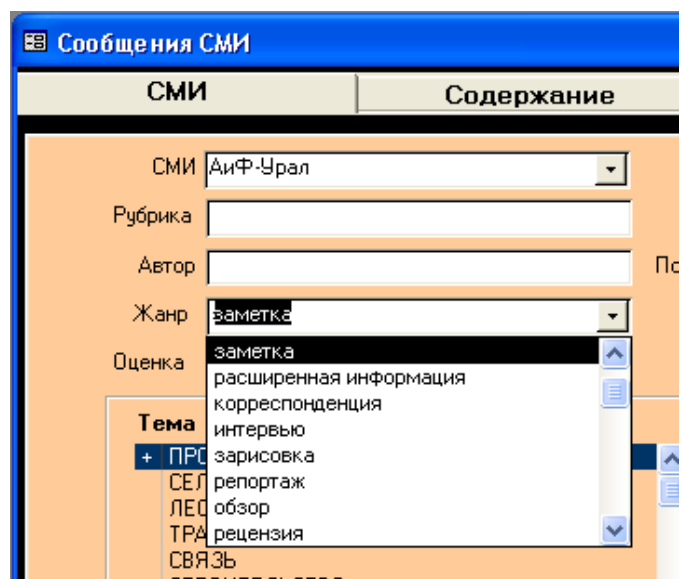
Жанр

Оценка

Поля «Жанр», и «Оценка» заполняются с помощью подстановочных списков

Щелкните на кнопку с правой стороны чистого поля – появится список. Жанры

расположены в следующем порядке: сначала наиболее часто встречающиеся, затем остальные. Чтобы заполнить поле - щелкните один раз на нужное слово из списка



Сообщения СМИ

СМИ ДиФ-Урал

Рубрика

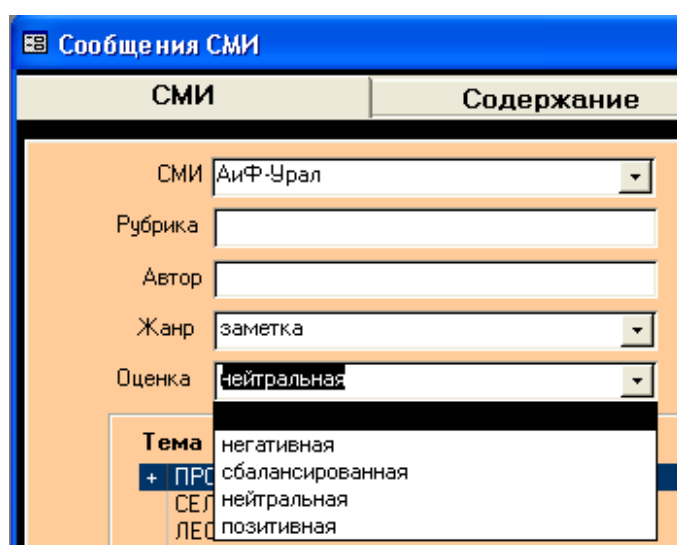
Автор

Жанр заметка

Оценка заметка

Тема

- расширенная информация
- корреспонденция
- интервью
- зарисовка
- репортаж
- обзор
- рецензия



Сообщения СМИ

СМИ ДиФ-Урал

Рубрика

Автор

Жанр заметка

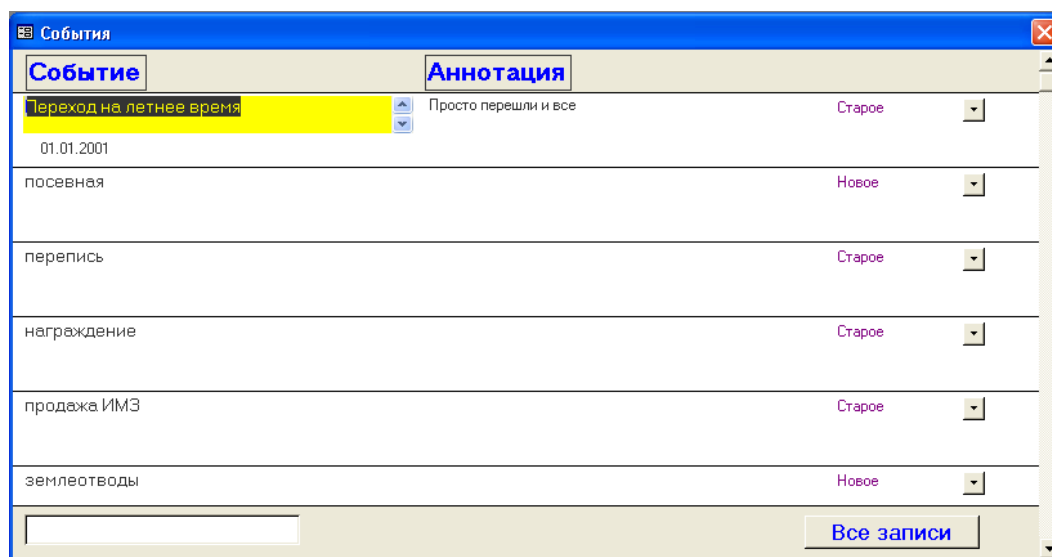
Оценка нейтральная

Тема

- негативная
- сбалансированная
- нейтральная
- позитивная

Поле «Событие» заполняется аналогично с помощью подстановочного списка.

Если возникают затруднения с определением подходящего события из готового списка, следует обратиться к справочной информации. Для этого щелкните кнопку «Аннотация» - раскроется полный список внесенных событий с краткими пояснениями.



События

Событие Аннотация

Переход на летнее время	Просто перешли и все	Старое
01.01.2001		
посевная		Новое
перепись		Старое
награждение		Старое
продажа ИМЗ		Старое
землеотводы		Новое

Все записи

Поскольку общественно-значимые события постоянно обновляются, список этих событий постоянно растет. Пометки «старое» и «новое» дают возможность чистить подстановочный список. События с пометкой «Старое» сохраняется, но не выводится для постоянной работы. Это облегчает работу с подстановочным списком.

Для того, чтобы заполнить поле «Тема», выделите нужную тему и щелкните кнопку «Задать», которая находится с правой стороны.

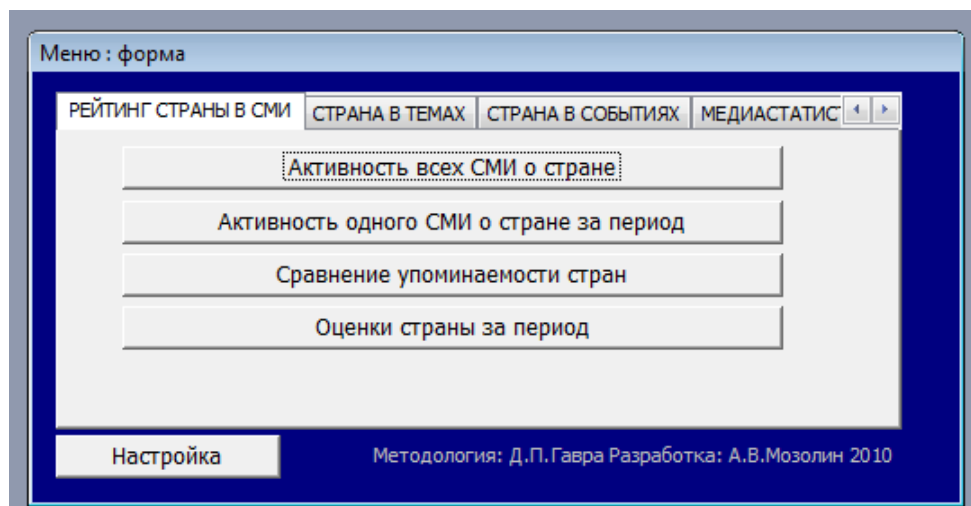
Широкие темы раскрываются на подтемы. Чтобы заполнить поле «Подтема», выберите из списка нужную подтему и щелкните кнопку «Задать».

В одном тексте может быть не более 3 тем и подтем одновременно.

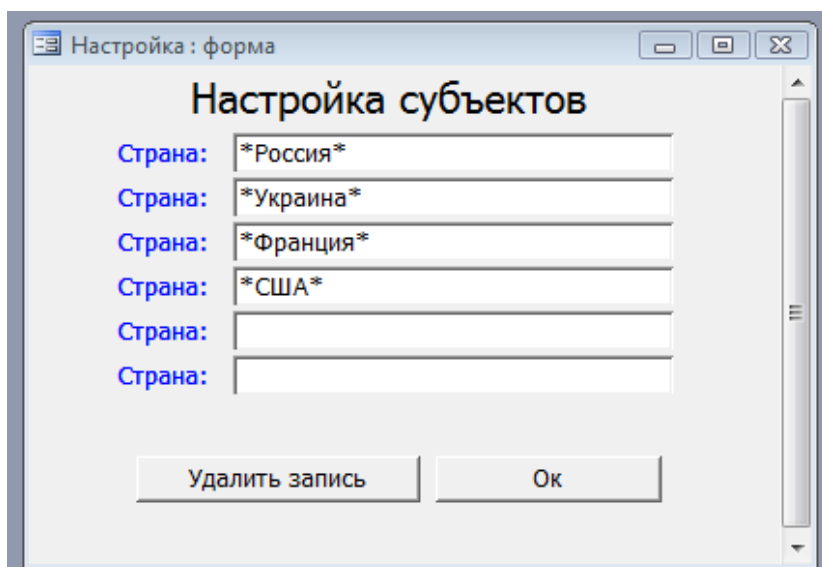
СИСТЕМА АНАЛИЗА ИМИДЖА

Для работы с модулем «Аналитик» вам необходимо открыть файл Analitik.mdb. Автоматически перед вами появится следующее меню. Перед началом работы выполните шаги, описанные на странице 13.

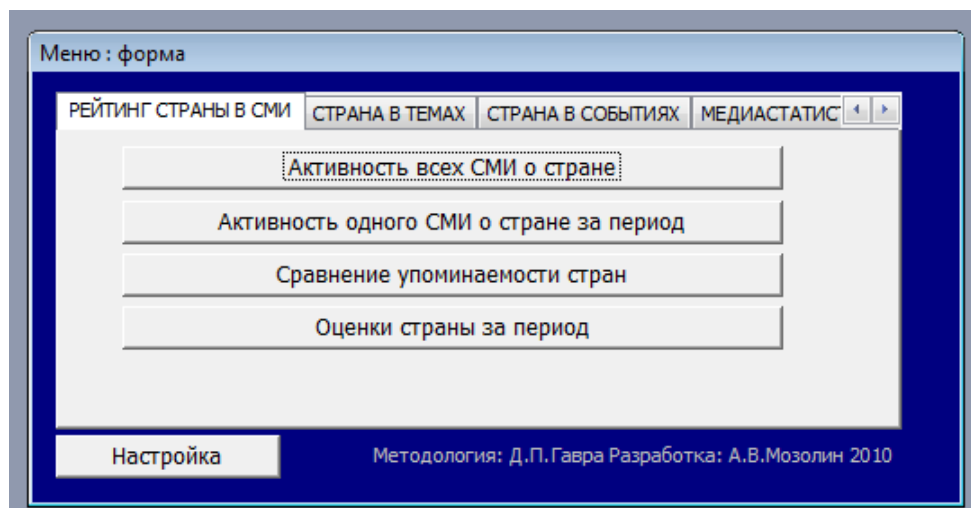
Внимание! Повторно обращаться к «Диспетчеру связанных таблиц» необходимо только в том случае, если вы переносите файлы с модулями в другие папки на своем компьютере.



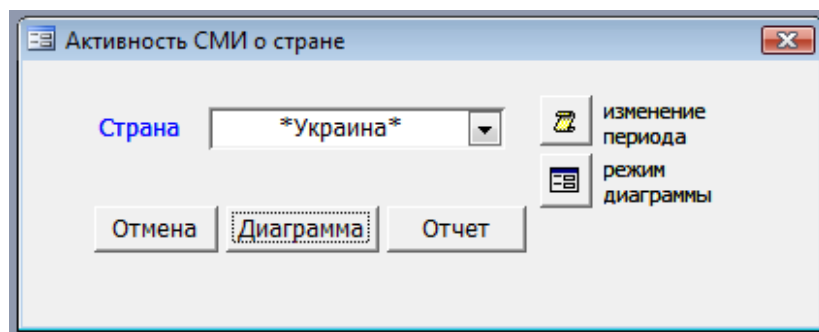
Для ввода новой страны для анализа нажмите **кнопку «Настройка»** - откроется меню для обновления Субъектов. Для удаления выделите запись и нажмите кнопку «Удалить запись». Для ввода нового субъекта введите название страны, организации или фамилию персоны и нажмите ОК. Закройте меню.



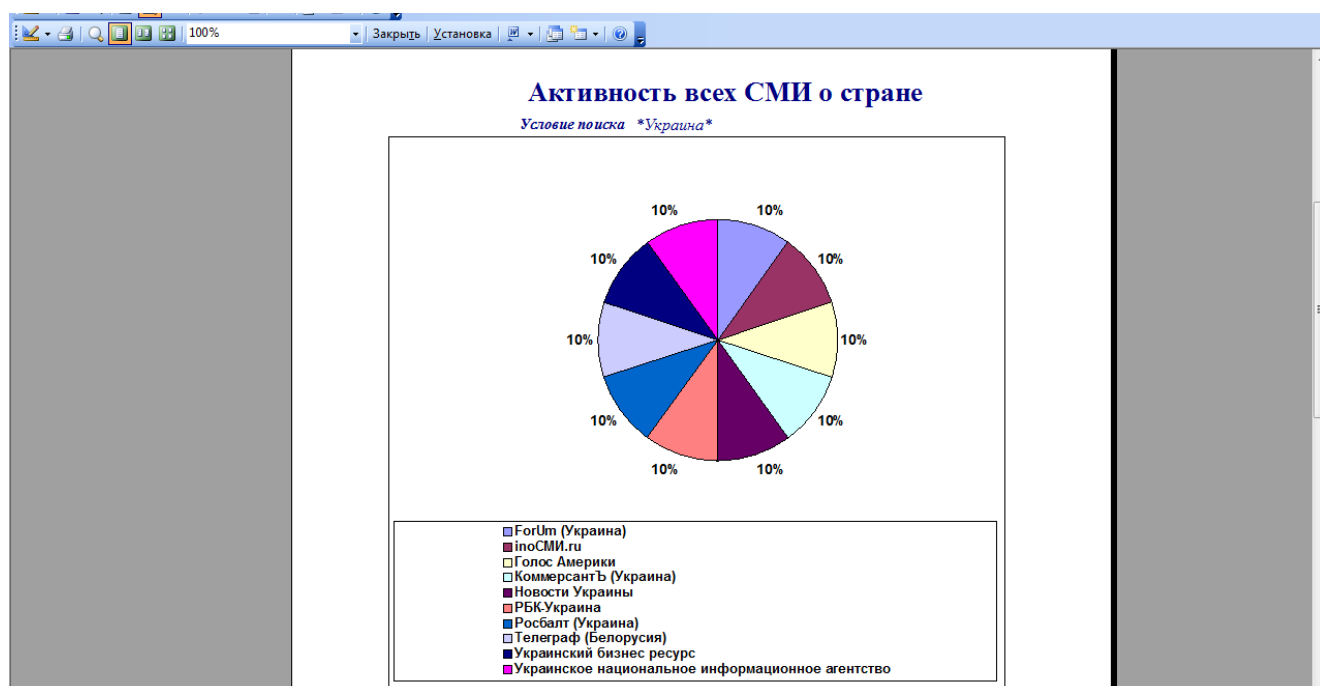
РЕЙТИНГ СТРАНЫ В СМИ



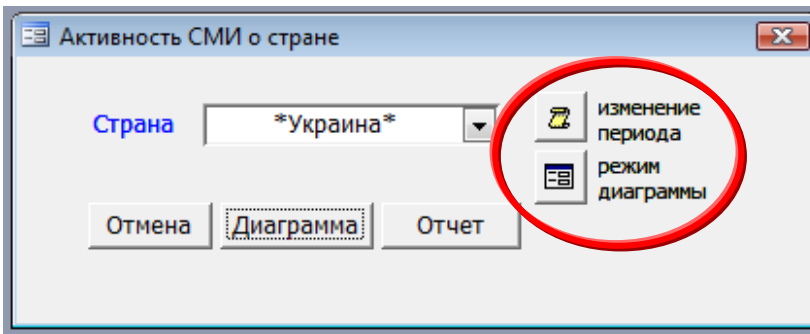
Для выявления общего внимания СМИ к стране щелкните кнопку **«Активность всех СМИ о стране»**. Откроется меню для ввода Страны. Выберите из подстановочного списка нужное название.



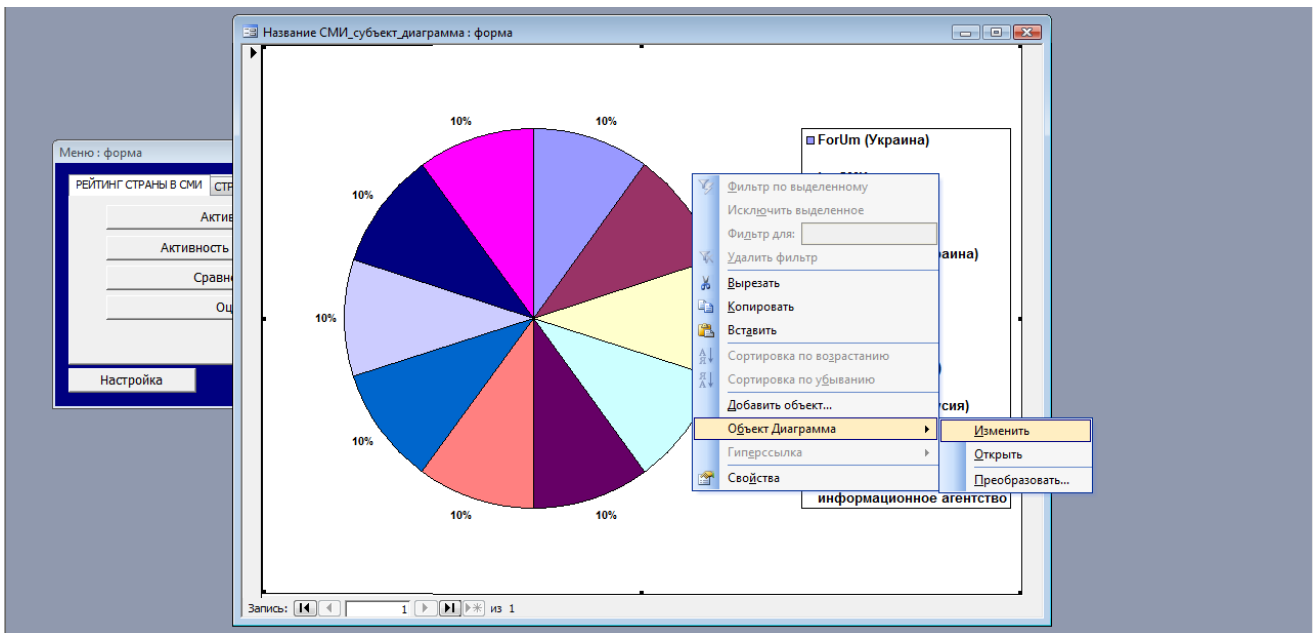
После этого можно получить информацию в двух видах – либо в виде графика, либо в виде подборки текстов, отвечающих критериям запроса (Например, все публикации, в которых упоминается Россия.).



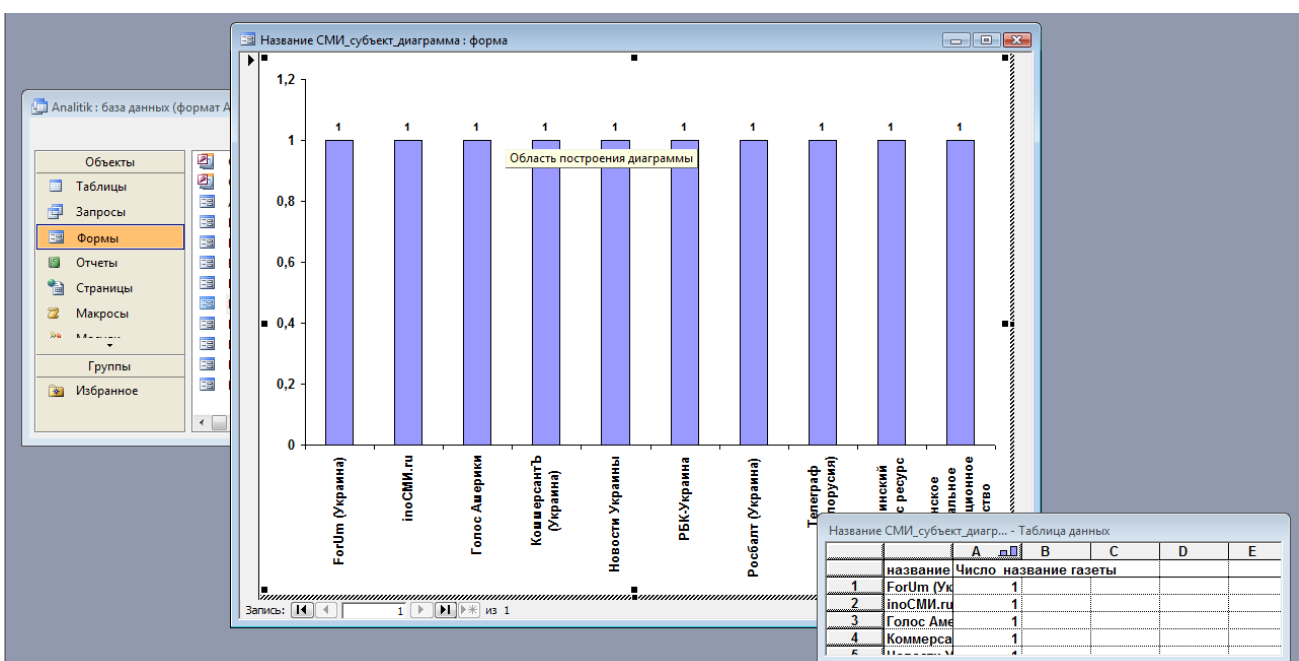
В этом же окне меню находятся дополнительные опции, которые позволяют менять период мониторинга, а также макет диаграммы.



Для изменения макета диаграммы нажмите кнопку «Режим диаграммы». Откроется новое окно, в котором появится диаграмма. Наведите на нее мышку и щелкните правой кнопкой. После этого выберите опцию «Объект диаграмма» - «Изменить».



После этого вы можете менять тип, оформление диаграммы, делать дополнительные надписи и копировать ее в текстовые документы.



Аналогично данные опции будут работать и в других разделах модуля «Аналитик».

СРАВНЕНИЕ НЕСКОЛЬКИХ СТРАН

Меню : форма

РЕЙТИНГ СТРАНЫ В СМИ | СТРАНА В ТЕМАХ | СТРАНА В СОБЫТИЯХ | МЕДИАСТАТИСТИКА

Активность всех СМИ о стране

Активность одного СМИ о стране за период

Сравнение упоминаемости стран

Оценки страны за период

Настройка | Методология: Д.П.Гавра Разработка: А.В.Мозолин 2010

Сравнение упоминаемости стран

Страна 1: *Россия*

Страна 2: *Украина*

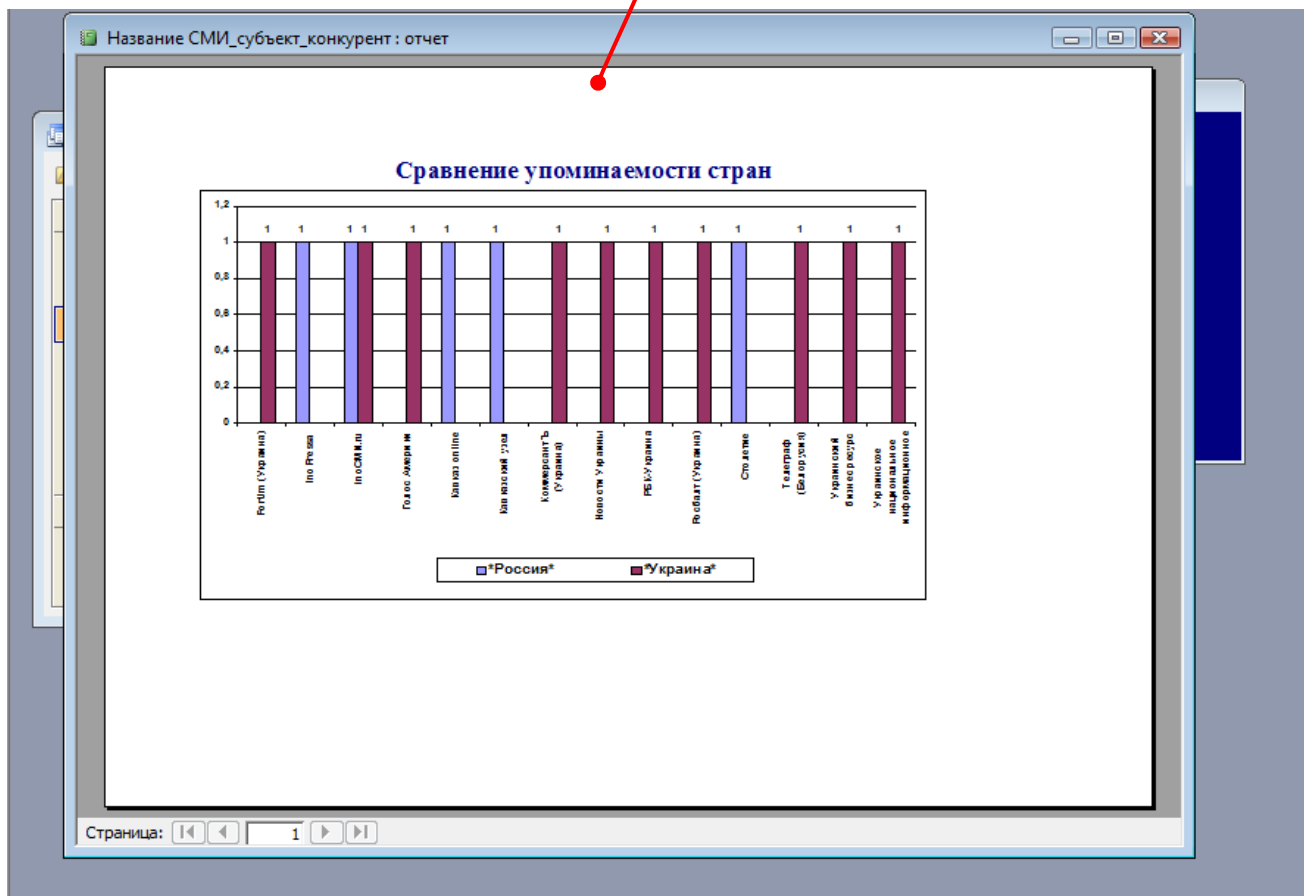
Начальная дата: 01.01.2001

Конечная дата: 11.11.2011

режим диаграммы

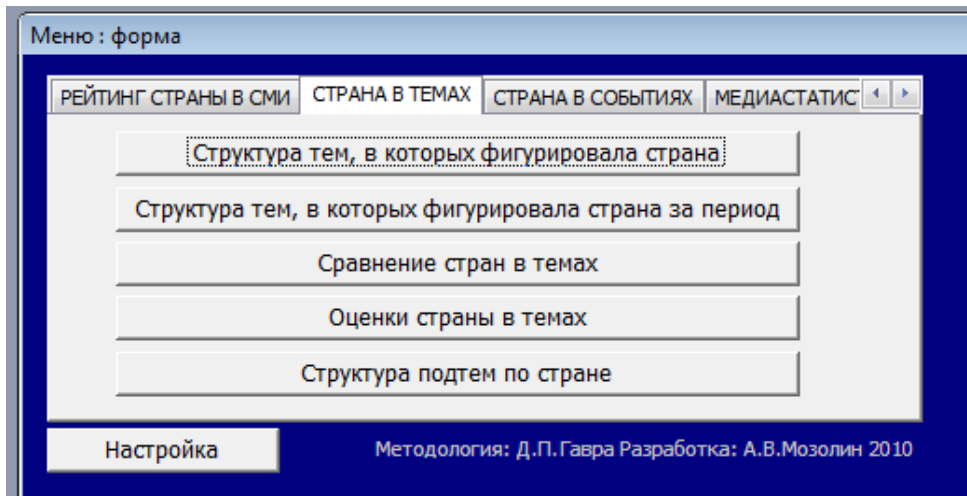
Отмена | Ок

В некоторых разделах модуля предусмотрена возможность сравнения стран по различным параметрам. Для проведения анализа необходимо выбрать из списка (см. кнопку «Настройка») необходимые страны, задать период и нажать ОК. После этого программа построит требуемую диаграмму.

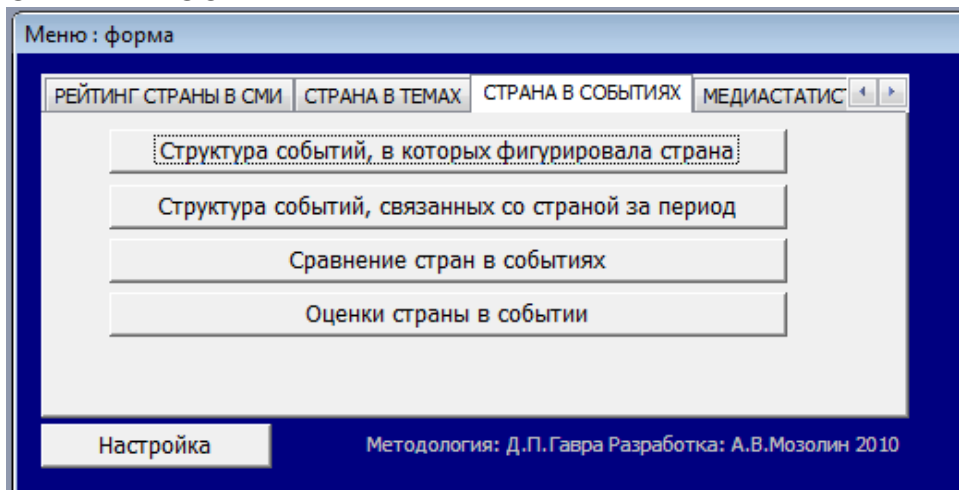


ГОТОВЫЕ РАЗДЕЛЫ АНАЛИЗА ИМИДЖА СТРАН:

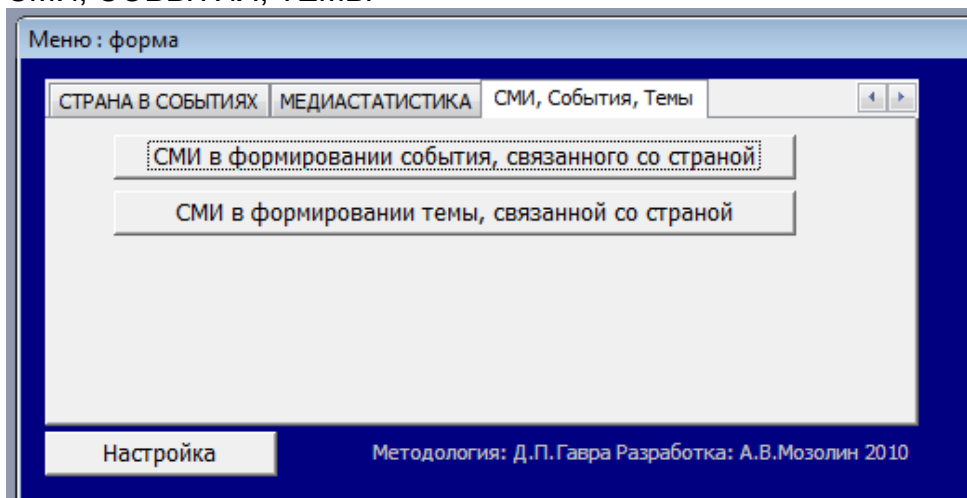
СТРАНА В ТЕМАХ



СТРАНА В СОБЫТИЯХ



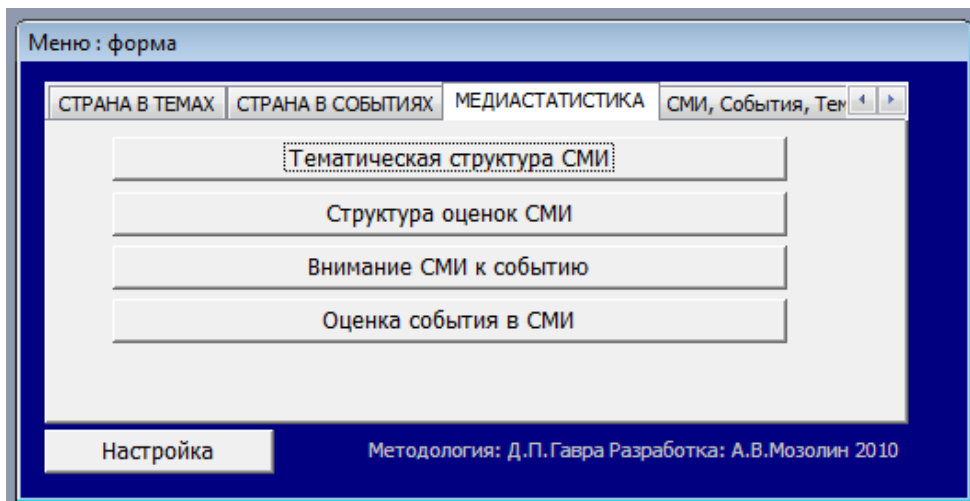
СМИ, СОБЫТИЯ, ТЕМЫ



В стадии разработки (ГОТОВНОСТЬ НА УРОВНЕ ТЕСТОВЫХ ВЕРСИЙ) разделы:

СТРАНА В ЖАНРАХ
СТРАНА И ЦЕННОСТИ.

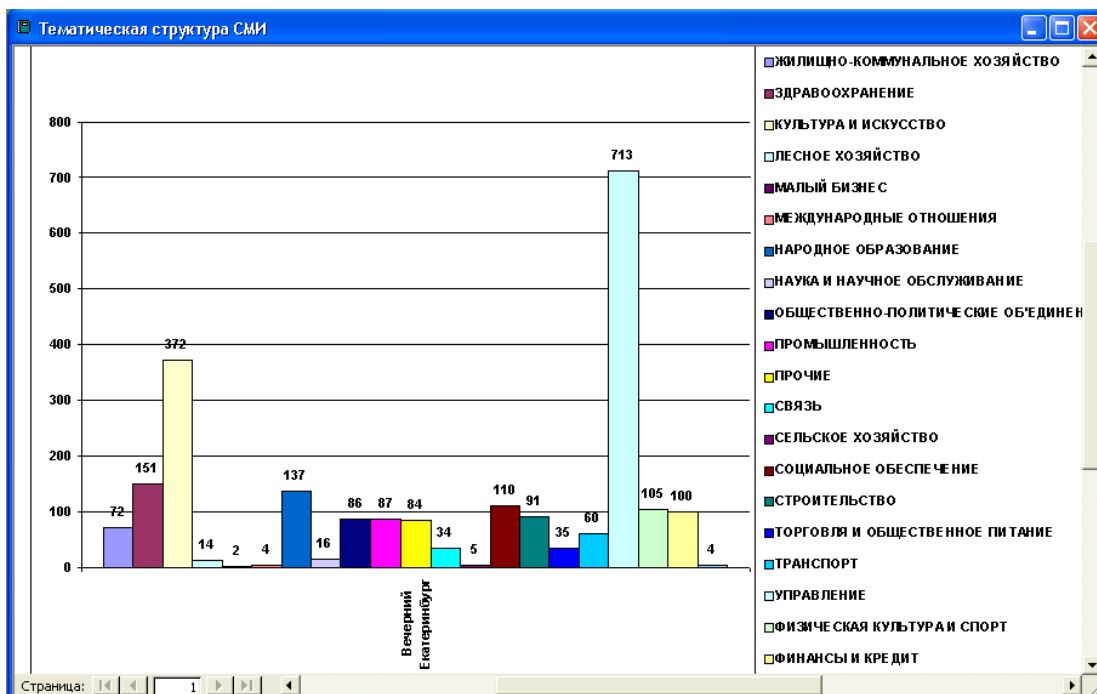
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ



Меню «Медиастатистика» позволяет выявить для анализа

1. содержательные модели изданий
2. общий эмоционально-оценочный стиль издания
3. событийную структуру («повестка дня») отдельного издания
4. «повестка дня», задаваемая системой СМИ (сочетание событие + оценка)

Кнопка «Тематическая структура СМИ» позволяет получить диаграмму и полнотекстовую подборку сообщений одного издания за любой период времени. На графике видно, каким темам издание отдает приоритет.



ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ.

ТЕМА И ПОДТЕМА

Под «**темой публикации**» мы будем понимать деятельность различных субъектов (или персон) в той или иной сфере жизни общества. Поскольку некоторые темы подразумевают очень широкую сферу деятельности, то для конкретизации их целесообразно разбить на несколько подтем. Так например, тема «Промышленность» содержит в себе следующие подтемы: «Электроэнергетика», «Топливная», «Угольная», «Черная металлургия» и т.д.

Рассмотрим содержание заметки из газеты «Вечерний Екатеринбург» за 15 октября 2003г.

Присяжные решат судьбу убийц

Вердикт присяжных по делу о тройном убийстве должен быть вынесен сегодня, сообщили в пресс-службе Свердловского областного суда. Напомним, что 6 октября суд в присутствии присяжных начал рассмотрение дела об убийстве ребёнка и его родителей, которое совершено в начале этого года в Заречном. На скамье подсудимых находятся два человека.

В данном тексте речь идет о предстоящем решении суда присяжных. Таким образом, тему этого сообщения можно обозначить как «Управление», а подтему – «Суд и прокуратура».

Например, деятельность банков попадает в тему «Финансы и кредит», подтему «Банковская деятельность», а их взаимодействие с администрацией города будет соответствовать двум темам – «Финансы и кредит»/«Банковская деятельность» и «Управление»/ «Органы местного самоуправления».

В одном тексте не может быть более 3 тем одновременно.

СОБЫТИЕ

«**Событие**» - то изменение реальности, о котором пишется в данной публикации. Например, событиями являются: встреча мэра города Екатеринбурга А.М.Чернецкого с директорами заводов, собрание акционеров банка, пуск новой линии завода и т.п. Событиями не являются: сами по себе публикации в газетах, высказывание кем-либо своей точки зрения, обсуждение в СМИ каких-либо вопросов и проблем (так как никакого изменения реальности при этом не происходит).

Отслеживание событий производится на двух уровнях:

Первый уровень – деятельность субъекта публичной деятельности (название предприятия, организации, фамилия руководителя).

Второй уровень - деятельность органов государственного и местного самоуправления применительно к той или иной отрасли.

Например, событием первого уровня будет являться выпуск новой продукции, встреча руководителей предприятия с зарубежными партнерами. События второго уровня – принятие закона о снижении таможенных ставок на экспорт металлопродукции или посещение губернатором НТМК.

ОЦЕНКИ В ПУБЛИКАЦИИ

ОЦЕНКА, и, ж.

1. только ед. Действие по глаг. оценить-оценивать. Произвести оценку имущества. 2. Назначенная или определенная кем-н. стоимость, цена. Низкая о. Высокая о. 3. Мнение, суждение, высказанное о качествах кого-чего-н. Правильная о. чьих-н. поступков. Дать настоящую оценку кому-чему-н.

Источник: Толковый словарь русского языка: В 4 т./ Под ред. Д. Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т "Сов. энцикл."; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935-1940.

ОЦЕНКА - способ установления значимости чего-либо для действующего и познающего субъекта. Можно выделить три типа значимостей: теоретический (гносеологические О.), ценностный (аксиологические О.), практический (реализация гносеологических и аксиологических О. через волевые импульсы субъекта в системах предметных и коммуникативных действий). Предметом оценивания в гносеологических О. являются имманентные свойства объектов, объекты "сами по себе". Предметом оценивания в аксиологических О. являются свойства объектов и сами объекты в их способности (положительная аксиологическая значимость) или неспособности (отрицательная аксиологическая значимость) отвечать потребностям и запросам субъекта. Свойства объектов и сами объекты могут оказаться индифферентными, безразличными для потребностей и запросов субъекта (нейтральная аксиологическая значимость). Аксиологические значимости порождаются миром ценностей, объективируемым культурой и трансцендируемым в ней как предельные смысловое и инвариантное основания человеческого мышления и деятельности. Нечто является ценностью не потому, что оно оценивается, а потому, что объективно способно еще до акта О. отвечать потребностям и запросам субъекта.

(...)

Источник: Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. — Мн.: Книжный Дом, 2003. — 1312 с. — (Мир энциклопедий) Оценка

Оценочная лексика

Слово может не только называть явление, но и передавать его оценку носителями языка. Оценочное содержание по-разному включается в лексическое значение слова.

Стилистически окрашенная лексика

Стилистически окрашенное слово – это слово, закрепленное в употреблении за тем или иным функциональным стилем: разговорно-бытовым, научным, официально-деловым, газетно-публицистическим или художественным. В словаре на окраску указывают стилистические пометы просторечное, специальное, математическое, официальное, газетное, поэтическое и пр. Стилистическая окраска может существовать независимо от оценочной (решка – простореч., ростовой – спец.), а может и совмещаться с ней (злюка, мотать, ловкач, горлопан)

Основные способы выражения оценки в тексте: прямое название ее, оценочно окрашенные слова (с оценочной семой в понятийном содержании, с оценочной коннотацией), образно употребленные слова (например, ирония).

Приведем примеры. Различные сопутствующие смыслы могут присутствовать у одного слова, а у другого – отсутствовать. К таким семам относится прежде всего оценка явления, которая может передаваться словом наряду с названием предмета. Сравним слова юноша и юнец. Именно благодаря наличию оценочного содержания в слове юнец невозможно сказать вместо «На работу приглашаются юноши и девушки» - «На работу приглашаются юнцы».

Оценка может касаться не явления действительности, а самого слова: мы воспринимаем его как разговорное, грубое, книжное, торжественное, официально-деловое, устаревшее, новое.

Т.Е. в слове может присутствовать эмоционально-оценочная, образная, стилистическая, историческая коннотация (дополнительные, сопутствующие понятийному содержанию семы) Во-первых, оценка выступает на правах дополнительной семы, оценочной коннотации, в слове это показывается с помощью особых помет: юнец «пренебр. Юноша, мальчик»; молокосос «разг. пренебр. Тот, кто слишком молод для суждения о чем-нибудь»; сопляк «прост. бран. То же, что и молокосос». Слова этой группы обозначают предметы и явления, сами по себе нейтральные, не содержащие признаков, объективно отрицательных или объективно положительных для общества. То, что человек юн, молод и высказывает какое-то суждение (возможно, вполне разумное) само по себе обществом не оценивается. Поэтому в понятийном содержании данных слов нет оценочных сем. За ними стоит субъективное отношение говорящего к данному явлению. Смысл помет (коннотацию) можно передать так: юнец – «этот человек юн, я не принимаю его всерьез, отношусь к нему пренебрежительно».

Во-вторых, оценка может входить в понятийное содержание на правах семы: нахамить – «совершить хамский поступок по отношению к кому-нибудь, нагрубить»

В-третьих, возможно совмещение обеих этих форм выражения оценки. Оценочный признак, вошедший в понятие, совмещается с субъективной эмоциональной оценкой: ловкач – «разг. неодобр. Ловкий проницательный человек, умеющий выгодно устраивать свои личные дела».

В-четвертых, слово может служить наименованием оценки: хороший, положительный, плохой, отрицательный.

В-пятых, особо следует сказать о словах, называющих идеологически оцениваемые явления, хотя в значении таких слов нет оценочных сем ни в понятийном содержании, ни в коннотациях. Например, демократия в газетном тексте будет употреблено в ореоле положительной оценки, хотя автор может говорить об ограничениях демократии, о недостаточной демократизации. Такие слова, не являясь в языке оценочными, служат базой оценочности в публицистическом тексте.

Рассмотрим текст. Это заметка из газеты «Вечерний Екатеринбург» за 15 октября 2003г.

Преступные группировки в области есть?

Абсолютное большинство екатеринбуржцев уверено, что в Свердловской области существуют организованные преступные группировки.

По данным опроса, проведенного фондом «Социум», такого мнения придерживаются 98% горожан. При этом 99% опрошенных жителей Екатеринбурга считают, что правоохранительные органы недостаточно эффективно противостоят действующим на территории области организованным преступным группировкам.

Несмотря на то, что все мы относимся негативно к такому явлению как организованные преступные группировки, исходя из текста нельзя поставить негативную оценку, потому что по окраске текст нейтральный.

Теперь рассмотрим другой пример. Это репортаж Ольги Котельниковой, опубликованный в том же номере «Вечернего Екатеринбурга».

А у нас во дворе...

ОКТАБРЬСКИЙ РАЙОН. Посёлок Компрессорный. Вместо пустыря для выгула собак посреди двора — «прикольная» детская игровая площадка. Жители окрестных домов собрались, чтобы вместе порадоваться этому событию. Воздушные шары, смех и улыбки детворы — это далеко не всё, что подарил жителям района очередной «День двора», ставший уже постоянной доброй традицией в Екатеринбурге.

— Подобные торжества у нас не редкость, — говорит Светлана Сальникова, организатор праздника. — Всего в нашем районе пройдёт 11 «Праздников двора».

На сцене — группа «Хит-Мастер», музыка и песни которой настолько универсальны, что ребятам удалось «завести» представителей буквально всех поколений. Молодёжь поначалу предпочитала роль наблюдателей, пенсионеры освоили танцпол первыми. И втянули остальных. Эстрадный коллектив сменяет Алексей Шиятый, лауреат конкурса в Юрмале и гордость посёлка Компрессорного.

После него сцену занимают организаторы праздника. За добросовестный труд и в связи с юбилеем Октябрьского района они награждают людей, работу которых зачастую мы просто не замечаем, зато сразу бы заметили её отсутствие. Благодарственные письма и подарки получают лучшие дворники и уборщики. Звучат фамилии: Темухина, Дёмина, Андропова, Волкова... Всех трудолюбивых «борцов невидимого фронта» и не перечислить.

Попутно замечаю, как живо местные жители обсуждают первый номер газеты «Наш Октябрьский район».

— Да, это самый первый выпуск. Мы приурочили его к предстоящему нашему юбилею (16 марта 2004 года району исполнится 70 лет), так что мы постарались, — продолжает Светлана Сергеевна. — В газете можно найти материалы, посвященные Дню учителя, благоустройству района, последние новости и рецепты блюд от наших жителей.

А тем временем новый дворик переполняется детьми, прыгающими на батуте, висящими вверх ногами на новеньких турниках, поедающими пирожные, купленные в тут же организованном киоске. Те из них, кто пока не умеет передвигаться самостоятельно, с интересом разглядывают всё происходящее с маминых рук.

Артисты один за другим спешат поздравить жителей района, сменяя друг друга на сцене.

В самый разгар празднования жителей района приехал поздравить глава города Аркадий Чернецкий. Подростки тут же окружили его, потянулись к нему за автографами.

— Работа городской и районной администраций сводится к удовлетворению насущных проблем жителей, — говорит он. — Нужно обеспечить район водой, теплом, организовать своевременную уборку улиц и дворов. В первую очередь мы делаем то, что обеспечивает людям достойную жизнь. А «День двора» — это радость для жителей.

Нараспев зазвучала русская народная песня, никого не оставляя равнодушным.

— Праздник — возрождение давних традиций, — улыбается Наталья Петровна Бурнаслова, главный специалист районного управления отдалёнными территориями. — Люди становятся такими же дружными, как много лет назад. Они всё чаще выходят на субботники. Пусть не все, но всё же приятно. Такие праздники, как этот, способствуют укреплению дружбы между соседями. Я даже видела, как некоторые жители прослезились: площадка из собачьей стала детской!

Становится всё темнее, но никто не уходит. Дети треплют за шею бездомных собак, одуревших от такого вдруг веселья, молодёжь ютится на лавочках, важные гости тоже не спешат разъезжаться. И мне хочется остаться здесь подольше, в этом сказочном дворике, где царит атмосфера необыкновенной теплоты. А в небо улетают последние воздушные шары. Наверное, в страну, где никогда не кончается праздник!

В этом тексте явно присутствует положительная оценка, речь идет о празднике, где все веселятся, все счастливы. Светлое праздничное настроение передает автор читателям.

В качестве примера, где в тексте присутствует негативная оценка приведем расширенную информацию, опубликованную в газете «Главный проспект» за 9 октября 2003г.

Зачем люди идут во власть?

Вы уверены, что знаете ответ на этот вопрос? И зря. Многие из тех, которые туда рвутся, и сами то порой не могут разобраться, зачем им это надо. Возьмем несколько примеров, наиболее примелькавшихся горожанам.

Например, господин Осинцев — главный бдец, простите, куратор Екатеринбурга, строитель мифических дешевых поселков, а также... Трудно вспомнить. Так много слов — целые полосы в

местных вкладках центральных газет, так много шума, а в сухом остатке — одни «осинки», как прозвали в народе проект новых жилых микрорайонов, да и те уж подзабылись. Кстати, провели на днях эксперимент, опросили навскидку десятков людей, в основном знакомых журналистов — никто не смог вспомнить, чем занимался Осинцев в свою бытность в городской администрации. Может, поэтому он там не задержался? А сейчас чем занимается? Опять непонятно. То есть чин у него в правительстве области есть, но такое впечатление, что Осинцева больше используют как флажок, которым размахивают в определенных целях. И то ли он болтаться так устал, то ли не может поднатужиться и что-то новое придумать, но в последнее время он начал от журналистов бегать, вплоть до того, что на собственные пресс-конференции не приходит. А вот господин Габинский точно знает, зачем он идет во власть. Лучше, чем он сам, никто на этот вопрос не ответил. В его книге «Кардиограмма судьбы» так и написано: «Я избрал этот путь — быть депутатом, чтобы до конца отдать себя медицине, организовать лучший кардиологический центр в стране». И слова у Яна Львовича с делами не расходятся: достаточно вспомнить про знаменитые 30 миллионов, которые он выбил из городской казны дополнительно для своего центра.

А вот еще один пример: господин Хабаров, тот самый, который на одном из последних заседаний городской Думы «строил» Габинского, когда тот пытался отмолчаться и не подпевать тем, кто хотел заволокитить назначение даты выборов главы Екатеринбурга. Видимо, из скромности. Только почему как только прозвучало, так сказать, «фас» — его скромный голос слился с хором депутатов от ОПС «Уралмаш»? Пару дней Хабаров со товарищи ходил кум королю, а потом они дружно проголосовали за назначение выборов на 7 декабря. Может быть, рассчитывали поторговаться, кое-какие поблажки для своего бизнеса получить (может, это и случайность, но как раз в те дни шла борьба за контроль над 4-й овощной базой), да не вышло? Вероятно, им настолько четко все объяснили, что они вдруг резко «прислушались к мнению избирателей». Все-таки ребята сообразительные и современные — перестраиваются быстро. А Ян Львович даже этого не смог. Он просто не пришел на заседание Гордумы (впрочем, это далеко не первый его «прогул»).

Видимо, разочаровавшись таким поведением Яна Львовича, Хабаров объявил, что не видит достойных кандидатов на пост мэра, поэтому пойдет сам. И понять его можно. Что толку от маловнятных осинских или насквозь понятных габинцевых? А уж с нынешним главой города господину Хабарову точно не по пути. Чернецкий не раз заявлял, что торговаться с ОПСаами, представлять для их предприятий особые условия городская администрация не будет. И не только заявлял, но и не раз доказывал. Поведение ОПСов в городской Думе довольно прозрачно показывает, зачем они идут во власть.

Нужны ли нам во власти люди, которые думают только о своих интересах и не думают о проблемах горожан?

В этом тексте явно присутствует ирония, использованы пренебрежительные слова, следовательно, этот текст несет негативную оценку.

ЖАНР

Жанры в журналистике – устойчивые типы публикаций, объединенные сходными содержательно-формальными признаками, которые называются жанрообразующими факторами. Т.Е. жанр – это специфический способ отражения действительности и специфический способ ее анализа.

В теории журналистики событие – точно фиксированный во времени и в пространстве (т.е. с ясным началом и концом) шаг в общественном процессе. В данном случае идет речь как о социальных, порожденных определенными ситуациями или состояниями общества событиях, так и о природных событиях, отражаемых в журналистском тексте.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЖАНРЫ

Заметка - короткая информация. Содержит сам факт и некоторые подробности. Состоит из десяти–тридцати строк, имеет собственный заголовок. Чаще публикуется в подборке.

Расширенная информация предполагает более широкое и подробное изложение событий. Возможны: историческая справка, сравнение, характеристика героев и т.д. Включает в себя вступление и концовку. Содержит 40-150 строк, заголовок. Допустим подзаголовок.

Интервью - изложение фактов от имени того, с кем ведется беседа. Предполагает совместное творчество: журналист предвосхищает вопросы читателей, тщательно готовится к интервью, непременно владеет ситуацией. Необходимо указать, с кем ведется беседа (фамилия, имя, отчество, служебное или общественное положение), тему разговора, каким образом получено интервью (в личной беседе, по телефону, по факсу и т.д.).

Отчет - опубликованные в газете отчетные материалы предприятий, организаций и/или официальных лиц о проделанной работе за определенный период

Зарисовка - короткий, живой и образный рассказ о своих впечатлениях (о людях, о природе)

Обозрение - важнейшие события жизни города, завода, школы и т.п. за определенный период (сводки, итоги).

Репортаж - наглядное представление о том или ином событии через непосредственное восприятие журналиста-очевидца или действующего лица. Репортаж сочетает в себе элементы всех информационных жанров (повествование, прямая речь, красочное отступление, характеристика персонажей, историческое отступление и т.д.). Репортаж желательно иллюстрировать фотоснимками. Репортаж бывает: событийный, тематический, постановочный.

Комментарий - мнение, суждение публичной персоны об общественно-значимых фактах или событиях, высказывание кем-либо своей точки зрения

Нормативно-правовой акт - постановления, законы, распоряжения органов власти, опубликованные в прессе

Обращение - обращения, поздравления, заявления публичных персон или организаций

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ЖАНРЫ – предполагают изложение более широкого полотна фактов, которые трактуются, обобщаются, служат материалом для постановки определенной проблемы и ее всестороннего рассмотрения и истолкования. К аналитическим жанрам относятся:

Корреспонденция анализирует группу фактов. Это делается с помощью описания фактов, их анализа и соответствующих выводов. Чаще всего в корреспонденции обозначается какая-то проблема. Здесь очень важны примеры, оперативность, конкретность темы, четкий адрес.

Статья – это обобщение и анализ фактов и явлений. Если в корреспонденции события рассматриваются от частного к общему, то в статье все происходит наоборот – от общего к частному. Статья берет факты в глобальных масштабах, анализирует их, поднимая до научно обоснованных выводов.

Рецензия - литературная, кино, театральная.

ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЕ ЖАНРЫ - здесь конкретный документальный факт уходит на второй план. Главным становится авторское впечатление от факта, события, авторская мысль. Сам факт типизируется. Дается его образная трактовка.

В очерке факты преломляются в свете личности автора. Важен не факт сам по себе, а его восприятие и трактовка героем или автором. Факт переосмыслен в образ, близок к малым формам художественной литературы, конкретен, построен на фактическом материале. Цель очерка – дать образное представление о людях, показать их в действии, раскрыть существо явления. Очерк бывает сюжетным (портрет, проблема) и описательным (событийный, путевой).

Фельетон - это литературный материал, проникнутый духом острой злободневной критики, с особыми приемами изложения. Для фельетона обязательны: живость, легкость, образность, юмор, ирония, насмешка.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ТЕМАТИЧЕСКИЕ РУБРИКАТОРЫ

1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ РУБРИКАТОР ДАННЫХ «ОТРАСЛИ»

1. Жилищно-коммунальное хозяйство
2. Здравоохранение, физкультура и социальное обеспечение
3. Кредитование и гос.страхование -
4. Культура и искусство
5. Легкая промышленность
6. Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность
7. Лесное хозяйство
8. Материально-техническое снабжение и сбыт
9. Машиностроение и металлообработка
10. Медицинская промышленность
11. Metallургия
12. Микробиологическая промышленность
13. Нанотехнологическая промышленность
14. Народное образование
15. Наука и научное обслуживание
16. Пищевая, мукомольно-крупяная, комбикормовая промышленность
17. Полиграфическая промышленность
18. Промышленность стройматериалов
19. Прочие виды деятельности материального производства
20. Связь
21. Сельское хозяйство
22. Спорт
23. Строительство
24. Топливная промышленность
25. Торговля и общественное питание
26. Транспорт
27. Химическая и нефтехимическая промышленность
28. Энергетика

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ РУБРИКАТОР «СФЕРЫ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

1. ВНЕШНЯЯ СРЕДА

- 1.1. СТИХИЙНЫЕ БЕДСТВИЯ
- 1.2. ТЕХНОГЕННЫЕ КАТАСТРОФЫ И АВАРИИ
- 1.3. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА
- 1.4. МАССОВЫЕ ЗАБОЛЕВАНИЯ

2. СФЕРА ПРОИЗВОДСТВА И ИНФРАСТРУКТУРА

- 2.1. СООТНОШЕНИЕ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ
- 2.2. ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ
- 2.3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
- 2.4. ИЗМЕНЕНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА

3. ЗАНЯТОСТЬ

- 3.1. БЕЗРАБОТИЦА
- 3.2. БИРЖИ ТРУДА
- 3.3. ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ ЗАНЯТОСТИ

4. ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

- 4.1. БЮДЖЕТ
- 4.2. ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ
- 4.3. КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА
- 4.4. БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА
- 4.5. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

5. СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА

- 5.1. УРОВЕНЬ ЖИЗНИ
- 5.2. ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ ЖИЛЬЕМ
- 5.3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ
- 5.4. МЕДИЦИНСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
- 5.5. ОБРАЗОВАНИЕ
- 5.6. ПРОБЛЕМЫ СЕМЬИ ЖЕНЩИН
- 5.7. ДУХОВНАЯ СФЕРА
- 5.8. ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖИ

6. ПОЛИТИКА

- 6.1. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ЦЕНТРАЛЬНОЙ ВЛАСТИ
- 6.2. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МЕСТНЫХ ВЛАСТЕЙ
- 6.3. ПОЛИТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
- 6.4. СТРУКТУРНЫЕ И КАДРОВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ ВЛАСТИ
- 6.5. ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
- 6.6. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
- 6.7. ВООРУЖЕННЫЕ СИЛЫ
- 6.8. МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ

7. КРИМИНОГЕННАЯ ОБСТАНОВКА

- 7.1. ПРЕСТУПНОСТЬ
- 7.2. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ

8. ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА

- 8.1. РОЖДАЕМОСТЬ
 - 8.2. СМЕРТНОСТЬ
 - 8.3. МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ
- ПОЛОВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА НАСЕЛЕНИЯ

3. ДЕТАЛИЗАЦИЯ РУБРИКАТОРА СФЕРЫ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. ВНЕШНЯЯ СРЕДА

1.1. СТИХИЙНЫЕ БЕДСТВИЯ

- 1.1.1. людские потери
- 1.1.2. материальные потери
- 1.1.3. ликвидация последствий

1.2. ТЕХНОГЕННЫЕ КАТАСТРОФЫ И АВАРИИ

- 1.2.1. производство
- 1.2.2. транспорт
- 1.2.3. военная деятельность
- 1.2.4. жилищно-коммунальное хозяйство
- 1.2.5. ликвидация последствий

1.3. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА

- 1.3.1. превышение ПДК загрязнения вредными веществами
- 1.3.2. ухудшение
- 1.3.3. улучшение
- 1.3.4. нерациональное природопользование
- 1.3.5. ликвидация последствий экологических катастроф

1.4. МАССОВЫЕ ЗАБОЛЕВАНИЯ

- 1.4.1. людей
- 1.4.2. животных и растений
- 1.4.3. меры по борьбе с эпидемиями

2. СФЕРА ПРОИЗВОДСТВА И ИНФРАСТРУКТУРА

2.1. СООТНОШЕНИЕ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ

- 2.1.1. госсектор и колхозы
- 2.1.2. частный сектор

2.2. ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ

- 2.2.1. производство средств производства
- 2.2.2. производство предметов потребления
- 2.2.3. изменение структуры производства
- 2.2.4. использование мощностей
- 2.2.5. производственные запасы (сырья, материалы, комплектующие изделия)
- 2.2.6. реализация готовой продукции
- 2.2.7. создание и внедрение новых технологий
- 2.2.8. проблемы НТП

2.3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

- 2.3.1. производство с/х продуктов
- 2.3.2. урожайность
- 2.3.3. продуктивность скота и птицы
- 2.3.4. поголовье скота и птицы
- 2.3.5. обеспеченность семенами и кормами
- 2.3.6. использование удобрений
- 2.3.7. проблемы реализации готовой продукции
- 2.3.8. уровень механизации и энерговооруженность
- 2.3.9. посевные площади

2.4. ИЗМЕНЕНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА

- 2.4.1. акционирование государственных предприятий
- 2.4.2. антимонопольная политика, развитие конкуренции
- 2.4.3. приватизация
- 2.4.4. ликвидация колхозов, совхозов, создание фермерских хозяйств
- 2.4.5. привлечение иностранных инвесторов
- 2.4.6. привлечение накоплений населения в экономику

3. ЗАНЯТОСТЬ

3.1. БЕЗРАБОТИЦА

3.1.1. рост

3.1.2. снижение

3.2. БИРЖИ ТРУДА

3.2.1. создание бирж труда и систем переподготовки

3.2.2. трудности трудоустройства

3.2.3. трудности получения пособий

3.2.4. несоответствие уровня пособий прожиточному минимуму

3.3. ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ ЗАНЯТОСТИ

3.3.1. сокращение рабочих мест

3.3.2. создание новых рабочих мест

4. ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

4.1. БЮДЖЕТ

4.1.1. выделение средств

4.1.2. сокращение финансирования

4.1.3. увеличение налогов

4.1.4. уменьшение налогов

4.2. ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ

4.2.1. финансовый кризис

4.2.2. финансовая стабилизация, оздоровление

4.2.3. выплата государственных долгов,

4.2.4. доходы населения

4.3. КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА

4.3.1. доступность кредитов и ссуд

4.3.2. недоступность кредитов и ссуд

4.4. БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА

4.4.1. расширение сети коммерческих банков

4.4.2. разорение банков

4.5. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

4.5.1. сфера производства

4.5.2. продовольственные товары

4.5.3. товары широкого потребления

4.5.4. жилищно-коммунальные услуги

4.5.5. транспорт, бытовое обслуживание, общественное питание

4.5.6. медицинское обслуживание

5. СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА

5.1. УРОВЕНЬ ЖИЗНИ

5.1.1. ухудшение

5.1.2. улучшение

5.2. ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ ЖИЛЬЕМ

5.2.1. жилищные условия

5.2.2. строительство

5.2.3. распределение

5.2.4. приватизация

5.3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ

5.3.1. снабжение продуктами

5.3.2. снабжение промышленными товарами

5.3.3. недоступность продовольственных товаров

5.3.4. недоступность промышленных товаров

5.3.5. нормированное распределение

5.3.6. бытовое обслуживание и общественное питание

5.3.7. коммунальные услуги

5.4. МЕДИЦИНСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

5.4.1. качество бесплатной медицины

5.4.2. снабжение лекарствами

5.4.3. сеть медицинских учреждений

5.4.4. новые формы(страховая медицина и другое)

5.5. ОБРАЗОВАНИЕ

5.5.1. качество бесплатного образования

5.5.2. сеть учебных заведений

5.5.3. реформа системы образования

5.6. ПРОБЛЕМЫ СЕМЬИ, ЖЕНЩИН

5.6.1. уход за детьми

5.6.2. рост числа детей с врожденной патологией

5.6.3. алкоголизация общества

5.6.4. трудоустройство женщин, их дискриминация

5.6.5. развитие подсобных хозяйств

5.7. ДУХОВНАЯ СФЕРА

5.7.1. культурное, информационное обслуживание населения

5.7.2. сеть учреждений культуры, просветительно-оздоровительных

5.8. ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖИ

5.8.1. получение образования

5.8.2. предпринимательство

5.8.3. трудоустройство

5.8.4. досуг

5.8.5. наркомания, алкоголизм

5.8.6. проституция

5.8.7. преступность

ПОЛИТИКА

6.1. РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ЦЕНТРАЛЬНОЙ ВЛАСТИ

6.1.1. взаимоотношение с местными властями

6.1.2. внимание к проблемам региона

6.1.3. практическое содействие решению проблем региона

6.2.- ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МЕСТНЫХ ВЛАСТЕЙ

6.2.1. финансовая

6.2.2. экономическая

6.2.3. социальная

6.2.4. политическая

6.2.5. культурная

6.3. ПОЛИТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИИ

6.3.1. забастовки

6.3.2. демонстрации

6.3.3. другие акции протеста

6.3.4. конфликты

6.3.5. создание общественно-политических организаций

6.4. СТРУКТУРНЫЕ И КАДРОВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ ВЛАСТИ

6.4.1. формирование новых структур власти

6.4.2. кадровые перестановки

6.5. ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

6.5.1. критика

6.5.2. одобрение

6.6. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

6.6.1. попытка давления со стороны местных властей

6.6.2. финансовые и экономические трудности

6.6.3. опровержение ранее опубликованного

6.7. ВООРУЖЕННЫЕ СИЛЫ

6.7.1. социально-экономическое положение кадрового состава

6.7.2. условия прохождения службы

6.7.3. вмешательство армии во внутривнутриполитические дела

6.8. МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ

6.8.1. политические

6.8.2. экономические

6.8.3. культурные

7. КРИМИНОГЕННАЯ ОБСТАНОВКА

7.1. ПРЕСТУПНОСТЬ

7.1.1. уголовная

7.1.2. в сфере экономики

7.1.3. организованная

7.1.4. коррупция властей и должностных лиц

7.1.5. деятельность вооруженных формирований

7.1.6. наркомания

7.1.7. детская

7.2. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ

7.2.1. активность

7.2.2. оснащенность

7.2.3. кадровый состав

7.2.4. противоправные действия

7.2.5. действия, вызвавшие резкую критику со стороны общественности

8. ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА

8.1. РОЖДАЕМОСТЬ

8.1.1. увеличение

8.1.2. уменьшение

8.2. СМЕРТНОСТЬ

8.2.1. увеличение

8.2.2. уменьшение

8.3. МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ

8.3.1. естественная

8.3.2. принудительная (беженцы)

8.4. ПОЛОВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА НАСЕЛЕНИЯ

8.4.1. ухудшение

8.4.2. улучшение