

Яндекс

НОВОСТИ

Google

Новости ▾

Медиаанализ и медиапланирование

Лекция 3

Медианализ

1. Новые термины
2. Свойства информационного поля
3. Качественный анализ

Новые термины

Джинса («заказуха», скрытая реклама) — публикация оплаченных материалов под видом независимого, мнения редакции или журналиста.

Информационный вброс — внедрение в информационное поле СМИ набора интерпретаций.

Признаки информационного вброса

1. **Нетипичное место** новости в лентах новостей.
2. Наличие **устойчивых интерпретаций** в разных СМИ.
3. **Резкий всплеск** материалов по теме.

Свойства информационного поля

Упругость — способность информационного поля не замечать (и даже отторгать) вносимых в него информационных новаций.

Пластичность — восприимчивость к новой информации вследствие усталости общественного мнения от старых стереотипов.

Резонансность — непропорциональное усиление темы, попавшей в резонанс с уже имеющимися стереотипами.

Качественный анализ

1 Уровень: анализ тематической структуры.

- оценка **заголовков**;
- присутствие прямой речи **нюсмейкеров**;
- выделение **значимых интерпретаций**;
- **оценка** выделенных интерпретаций (позитивные, негативные, нейтральные);
- выделение **подтем** внутри темы.

Итог первого уровня

- Статичное представление темы в СМИ.
 - Общая оценка информационного поля (нейтральное, позитивное, негативное, нейтральное), его насыщенности.
 - Кто, как и в связи с чем высказывается по теме.

Качественный анализ

2 уровень: анализ структуры и динамики интерпретаций.

- развитие сюжета по времени;
- отслеживание формирования стереотипов;
- фоновое упоминание;
- сравнительный анализ по автономным информационным полям.

Итог второго уровня

- Развитие темы в динамике
 - в каких СМИ появилась, кто перепечатал;
 - как происходило формирование стереотипов;
 - фоном каких событий стала тема.

Качественный анализ

3 уровень: формирование рабочих гипотез.

- соотношение между целями и результатами информационной активности основных участников процесса;
- собственная позиция СМИ;
- анализ информационных тенденций.

Итог третьего уровня

- **Нацеленность позиций участников конфликта, ключевых игроков, СМИ.**
- **Выявление информационных кампаний, их направленности.**
- **Определение «болевых точек» и перспектив.**

Задание к ближайшим семинарам:

1. Продолжить мониторинг темы
2. Создать таблицу для количественного анализа
3. Начать выделять интерпретации

Литература:

- Конспекты лекций